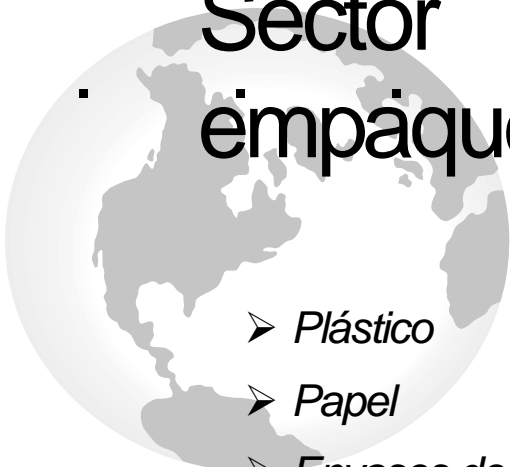


.....

## Sector Envases y Empaques

### Sector de envases y empaques



- *Plástico*
- *Papel*
- *Envases de Vidrio*
- *Metal Común (tapas)*

**Proexport Colombia**  
**y**  
**Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversion (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática  
[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)  
[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)  
Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36  
Tel: (571) 5600100  
Fax: (571) 5600118  
Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**  
[www.iadb.org](http://www.iadb.org)  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 3257000  
Fax: (571) 3257050  
Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**  
Consultor Senior: Luis Alberto Buitrago J ([labuitra@yahoo.com](mailto:labuitra@yahoo.com))  
Consultor Junior: Lissette González Peña  
Cra. 16 # 80-11 Of. 203  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 5307100 / 2363784 / 2395362  
[BA\\_CI@infonegocio.net.pe](mailto:BA_CI@infonegocio.net.pe)  
Bogotá, Colombia

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin).

© 2003. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Citese como: Proexport Colombia. 2003. Estudio de Mercado Perú – Sector de Envases y Empaques. Programa de Información al Exportador por Internet - Proyecto Cooperación Técnica No Reembolsable No. ATN/MT-7253-CO. Proexport Colombia – BID-FOMIN. Bogotá, Colombia, 304 páginas.

Bogotá, Agosto del 2004

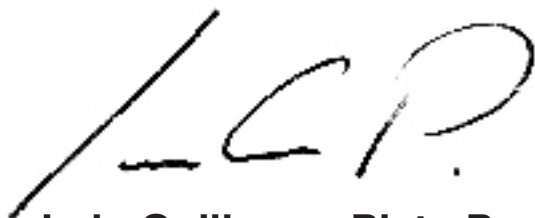
## **Estimado Empresario:**

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo del gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP', is written over a horizontal line.

**Luis Guillermo Plata P.**  
Presidente PROEXPORT

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INFORMACION GENERAL</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>1</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR</b>	<b>1</b>
<b>SUBSECTORIZACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>MARCO LEGAL</b>	<b>5</b>
<b>SITUACIÓN DEL SECTOR EN EL MARCO CAN Y PERSPECTIVAS ALCA</b>	<b>6</b>
<b>COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO</b>	<b>11</b>
<b>TAMAÑO DEL MERCADO</b>	<b>11</b>
Evolución de la actividad del segmento de envases y empaques plásticos	11
Evolución de la actividad del segmento de envases y empaques de papel y cartón.	14
Evolución de la actividad del segmento de envases de vidrio.	16
Evolución de la actividad del segmento de envases de metal común.	17
CARACTERIZACIÓN DE EMPRESAS	19
DINÁMICA DE COMERCIO EXTERIOR	24
Balanza Comercial	24
Origen de las Importaciones de los Principales Productos	31
Exportaciones Peruanas del Sector de Envases y Empaques	34
Comercio Bilateral, Productos Focalizados	36
<b>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</b>	<b>38</b>
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO POR SEGMENTOS	40
DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS	42
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO	43
ANÁLISIS Y COMPOSICIÓN DEL MERCADO	45
FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	45
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA</b>	<b>48</b>
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	49
EVOLUCIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL	50
EVOLUCIÓN DEL SECTOR ALIMENTOS	51
EVOLUCIÓN DEL SECTOR BEBIDAS	53
EVOLUCIÓN DEL SECTOR FARMACÉUTICO	55
EVOLUCIÓN DEL SECTOR CONFECCIONES	57
EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE ASEO	58
DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	61
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES</b>	<b>62</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>63</b>

<b>ESTRUCTURA DE LA OFERTA</b>	<b>63</b>
ESTRUCTURA DE LA OFERTA EN EL SEGMENTO DE PLÁSTICOS	63
ESTRUCTURA DE LA OFERTA EN EL SEGMENTO DE PAPEL Y CARTÓN	69
ESTRUCTURA DE LA OFERTA EN EL SEGMENTO DE VIDRIO	74
ESTRUCTURA DE LA OFERTA EN EL SEGMENTO DE METAL COMÚN	76
UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS	90
<b>MEZCLA DE MERCADEO</b>	<b>90</b>
ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	90
INDUSTRIAS DEL SECTOR: MATRIZ DE CRECIMIENTO / PARTICIPACIÓN	92
<b>COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR</b>	<b>97</b>
PRECIOS ACTUALES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS	99
<b>CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS</b>	<b>105</b>
REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS	106
 <b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION</b>	 <b>115</b>
 <b>DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	 <b>115</b>
CANAL INDUSTRIAL	116
CANAL INSTITUCIONAL	118
CANAL DISTRIBUIDORES	120
<b>CONDICIONES COMERCIALES CON LOS DISTRIBUIDORES Y COMERCIALIZADORES</b>	<b>123</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES COSTUMBRES Y CULTURA DE NEGOCIOS</b>	<b>124</b>
BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	125
Empresas potenciales segmento de plásticos	126
Empresas potenciales del segmento de metal común	150
Base de clientes potenciales del segmento de Papel y Cartón	160
 <b>ACCESO AL MERCADO</b>	 <b>169</b>
 <b>LEGISLACIÓN CAMBIARIA Y TRIBUTARIA DEL SECTOR</b>	 <b>169</b>
DERECHOS ARANCELARIOS	170
IMPUESTOS INTERNOS	171
<i>Impuesto General a las Ventas (IGV)</i>	171
<i>Impuesto de Promoción Municipal (IPM)</i>	171
<i>Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)</i>	172
<b>REQUISITOS Y RESTRICCIONES</b>	<b>172</b>
<i>Certificado de Origen</i>	173
<i>REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DEL PRODUCTO A LA ENTRADA DEL PAÍS</i>	173
<b>REGISTRO DE MARCAS</b>	<b>175</b>
<b>SITUACIÓN DE LOS PRODUCTOS COLOMBIANOS</b>	<b>177</b>
<b>ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE NACIONALIZACIÓN EN PERÚ</b>	<b>191</b>
<i>CÁLCULO DEL COSTO DE IMPORTACIÓN</i>	191
<i>COSTO TOTAL DE LA IMPORTACIÓN</i>	191
<i>GASTOS DE IMPORTACIÓN</i>	192
<b>INVERSIÓN EXTRANJERA</b>	<b>193</b>
COMO CONSTITUIR UNA EMPRESA EN PERÚ	194
<i>Sociedad Anónima</i>	195
<i>Sucursales</i>	197
<i>Contratos Asociativos</i>	197

OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS EN PERÚ	198
<i>Registro Único de Contribuyentes RUC</i>	198
<i>Registro de Inversión Extranjera</i>	198
<i>Licencia Municipal de Funcionamiento</i>	200
<i>Registro Patronal</i>	200
<b><u>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</u></b>	<b><u>201</u></b>
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES</b>	<b>202</b>
COMPOSICIÓN INTERNACIONAL DEL TRANSPORTE EN EL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES	202
ESTRUCTURA DEL VALOR CIF PARA LOS PRODUCTOS DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES	203
<b>PROCESO EXPORTADOR A PERÚ</b>	<b>208</b>
<b>DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA EXPORTACIÓN</b>	<b>211</b>
<b>PROCESO DE NACIONALIZACIÓN</b>	<b>215</b>
<i>IMPORTACIONES CON DESTINOS ESPECIALES – FERIAS INTERNACIONALES</i>	220
<i>MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL</i>	223
<b>ESTRUCTURA DE LA OFERTA</b>	<b>227</b>
TRANSPORTE MARÍTIMO	228
TRANSPORTE AÉREO	234
TRANSPORTE TERRESTRE	237
<i>Transporte Terrestre Internacional</i>	237
<i>Transporte Terrestre Nacional</i>	238
EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS DE SERVICIOS DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	241
TERMINALES DE ALMACENAMIENTO DE MERCANCÍAS	242
Agentes de Aduanas	245
Depósitos Aduaneros Autorizados	245
Concentración de las empresas prestadoras de servicios	247
<b><u>PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES</u></b>	<b><u>248</u></b>
<b>ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR UTILIZANDO LA MATRIZ</b>	<b>248</b>
<b>PERSPECTIVAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO E INVERSIONES FUTURAS</b>	<b>251</b>
<b><u>ANEXOS</u></b>	<b><u>253</u></b>

## TABLAS

TABLA 1: SEGMENTACIÓN DEL SECTOR DE PRODUCTOS COSMÉTICOS, 2003. _____	4
---	---

TABLA 2: CAN. ETAPAS DE INTEGRACIÓN, 2002. _____	6
TABLA 3: ESTADO DE LAS NEGOCIACIONES DEL ARANCEL EXTERNO COMÚN, 2003. _____	7
TABLA 4: PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, 1998-2000 _____	20
TABLA 5: PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL Y CARTÓN, 1998-2000 _____	21
TABLA 6: PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES DE VIDRIO, 1998-2000 _____	22
TABLA 7: PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES DE METAL COMÚN, 1998-2000 _____	23
TABLA 8: INDICADORES ESTRATÉGICOS, 1998 - 2000. _____	41
TABLA 9: CONCENTRACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PRODUCCIÓN, 2000 _____	42
TABLA 10: FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2003. _____	47
TABLA 11: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO, 2002. _____	66
TABLA 12: PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, (VALOR CIF US\$), 2002. _____	68
TABLA 13: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE PAPEL Y CARTÓN, 1998 - 2002. _____	72
TABLA 14: PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE PAPEL Y CARTÓN, (VALOR CIF US\$), 2002. _____	73
TABLA 15: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE VIDRIO, 2002. _____	74
TABLA 16: PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE VIDRIO, (VALOR CIF US\$), 2002. _____	76
TABLA 17: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE METAL COMÚN, 2002. _____	79

TABLA 18: PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE METAL COMÚN, (VALOR CIF US\$), 2002. _____	82
TABLA 19: FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 1998 – 2002, (MILLONES DE US\$). _____	83
TABLA 20: FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL, 1998 – 2002, (MILLONES DE US\$). _____	84
TABLA 21: FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES DE VIDRIO, 1998 – 2002, (MILLONES DE US\$). _____	85
TABLA 22: FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE METAL COMÚN, 1998-2002, (MILLONES DE US\$). _____	86
TABLA 23: COMPOSICIÓN DE LA ACTIVIDAD INTRASECTORIAL Y EXTRASECTORIAL DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS, 2003. _____	88
TABLA 24: PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA CETCO, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, (US\$). _____	99
TABLA 25: PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA SOCIEDAD AGRÍCOLA DROKASA, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, (US\$). _____	101
TABLA 26: PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA LABORATORIOS TRIFARMA, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, (US\$). _____	102
TABLA 27: PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LAS EMPRESAS, DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL, 2003, (US\$). _____	103
TABLA 28: PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LAS EMPRESAS, DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE VIDRIO, 2003, (US\$). _____	104
TABLA 29: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE PAPEL Y CARTÓN, 2002. _____	122
TABLA 30: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE BOLSAS DE POLÍMEROS DE ETILENO, 2003. _____	181
TABLA 31: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE ARTÍCULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLÁSTICO, 2003. _____	182



TABLA 32: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE CAJAS DE PLÁSTICO, 2003.	183
TABLA 33: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE LAS DEMÁS BOLSAS DE LOS DEMÁS PLÁSTICOS, 2003.	184
TABLA 34: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE CAJAS DE PAPEL O CARTÓN ONDULADO, 2003.	185
TABLA 35: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE CAJAS DE PAPEL O CARTÓN ONDULADO, 2003.	186
TABLA 36: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE AUTOADHESIVOS, 2003.	187
TABLA 37: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE RECIPIENTES DE VIDRIO CON CAPACIDAD > 0,33L PERO < 1L, 2003.	188
TABLA 38: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE RECIPIENTES DE VIDRIO CON CAPACIDAD > 0,33L PERO < 1L, 2003.	189
TABLA 39: CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE TAPAS Y TAPONES DE METAL COMÚN EXCEPTO TAPAS CORONA, 2003.	190
TABLA 40: CÁLCULO DEL VALOR DE LOS IMPUESTOS, 2003.	192
TABLA 41: COMPOSICIÓN DEL USO DE TIPOS DE TRANSPORTE DEL SECTOR EN VOLUMEN, PESO NETO, 1998-2002.	203
TABLA 42: CADENA LOGÍSTICA PARA EXPORTAR AL PERÚ, 2003.	208
TABLA 43: UNIDADES DE BASE SI, 2003.	211
TABLA 44: DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS PUERTOS PERUANOS, 2003.	231
TABLA 45: TRÁFICO DE CARGA POR TIPO DE OPERACIÓN Y SEGÚN PUERTOS, 2003.	232
TABLA 46: TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE LOS PUERTOS ADMINISTRADOS POR ENAPU SA, (USD), 2003.	233
TABLA 47: PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, 2003.	236
TABLA 48: DISTANCIAS ENTRE LIMA Y LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PERÚ, 2003.	239

TABLA 49: TARIFAS DE TRANSPORTE TERRESTRE PARA PAQUETES, 2003. _____	240
TABLA 50: SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA MERCANCÍAS POR VÍA MARÍTIMA, 2003. _____	243
TABLA 51: RANKING DE ALMACENES Y / O DEPÓSITOS ADUANEROS, 2003. _____	246
TABLA 52 : ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR UTILIZANDO LA MATRIZ DOFA, 2003. ____	248

## GRAFICAS

GRÁFICA 1: ARANCEL PROMEDIO EN PARTIDAS CON FALTA DE ACUERDO, 2003. _____	8
GRÁFICA 2: ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE PRODUCTOS PLÁSTICOS, 1998 – 2002. _____	12
GRÁFICA 3: ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL Y CARTON, 1998 – 2002. _____	15
GRÁFICA 4: PRODUCCIÓN PERUANA DE ENVASES DE VIDRIO, MILES DE UNIDADES, 1998 – 2002. _____	16
GRÁFICA 5: PRODUCCIÓN PERUANA DE ENVASES DE VIDRIO, MILES DE UNIDADES, 1998 – 2002. _____	18
GRÁFICA 6: BALANZA COMERCIAL DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 1998 – 2002. _____	25
GRÁFICA 7: PARTICIPACIÓN DE LOS SEGMENTOS DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2002. _____	26
GRÁFICA 8: PRINCIPALES IMPORTACIONES DEL SECTOR DE ELECTRODOMÉSTICOS PERUANO POR POSICIÓN, 1998 – 2002. _____	26
GRÁFICA 9: CRECIMIENTO PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DEL SEGMENTO DE PLÁSTICO, 1998 – 2002.. _____	28
GRÁFICA 10: CRECIMIENTO / PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DEL SEGMENTO DE PAPEL Y CARTÓN, 1998 – 2002. _____	29

GRÁFICA 11: CRECIMIENTO / PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE LOS SEGMENTOS DE VIDRIO, METAL, ALUMINIO, 1998 – 2002.	30
GRÁFICA 12: PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES DEL PERÚ, 2002	33
GRÁFICA 13: PARTICIPACIÓN DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES DEL PERÚ, 2002.	34
GRÁFICA 14: PRINCIPALES EXPORTACIONES PERUANAS DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES POR POSICIÓN, 2002.	35
GRÁFICA 15: BALANZA COMERCIAL BILATERAL, COLOMBIA - PERÚ DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 1998 - 2002.	37
GRÁFICA 16: PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2002.	38
GRÁFICA 17: DISTRIBUCIÓN LOCAL DEL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES, 1994.	39
GRÁFICA 18: COMPOSICIÓN EMPRESARIAL EN EL PERÚ, 1994.	43
GRÁFICA 19 : EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO, 1998-2002. (AÑO BASE = 1994)	49
GRÁFICA 20: ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE ALIMENTOS, 1998 – 2002.	51
GRÁFICA 21: ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE ALIMENTOS, 1998 – 2002.	53
GRÁFICA 22 : ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE FARMACÉUTICOS, 1998 – 2002.	55
GRÁFICA 23 : ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE TEXTILES Y CONFECCIONES, 1998 – 2002.	57
GRÁFICA 24 : ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN PERUANA DE PRODUCTOS DE ASEO, 1998 – 2002.	59
GRÁFICA 25: MATRIZ DE PARTICIPACIÓN / CRECIMIENTO / TAMAÑO DEL SEGMENTO DE PLÁSTICOS, 1998-2002.	93

GRÁFICA 26: MATRIZ DE PARTICIPACIÓN / CRECIMIENTO / TAMAÑO DEL SEGMENTO DE PAPEL, 1998-2002.	94
GRÁFICA 27: MATRIZ DE PARTICIPACIÓN / CRECIMIENTO / TAMAÑO DEL SEGMENTO DE VIDRIO, 1998-2002.	95
GRÁFICA 28: MATRIZ DE PARTICIPACIÓN / CRECIMIENTO / TAMAÑO DEL SEGMENTO DE METAL COMÚN, 1998-2002.	96
GRÁFICA 29: METAL COMÚN	106
GRÁFICA 30: METAL COMÚN	106
GRÁFICA 31: METAL COMÚN	107
GRÁFICA 32: PETRÓPOLIS S.A.	107
GRÁFICA 33: PRODUCTOS FAVEL	108
GRÁFICA 34: PRODUCTOS FAVEL	108
GRÁFICA 35: PERUPLAST	109
GRÁFICA 36: PERUPLAST	109
GRÁFICA 37: PERUPLAST	110
GRÁFICA 38: PERUPLAST	110
GRÁFICA 39: PERUPLAST	111
GRÁFICA 40: PERUPLAST	111
GRÁFICA 41: PERUPAST	112
GRÁFICA 42: VIDRIO	112
GRÁFICA 43: VIDRIO	113
GRÁFICA 44: VIDRIO	113

GRÁFICA 45: VIDRIO _____	114
GRÁFICA 46: DISTRIBUCIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN, SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2002. _____	115
GRÁFICA 47: COMPOSICIÓN DEL CANAL INDUSTRIAL, SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2002. _____	117
GRÁFICA 48: COMPOSICIÓN DEL CANAL INSTITUCIONAL, SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES, 2002. _____	118
GRÁFICA 49: SMP DISTRIBUCIONES S.A., 2003. _____	126
GRÁFICA 50: LABORATORIOS TRIFARMA S.A., 2003. _____	127
GRÁFICA 51: INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A., 2003. _____	150
GRÁFICA 52: PACKAGING DEL PERÚ S.A., 2003. _____	151
GRÁFICA 53: LEMEROX S.A.C., 2003. _____	160
GRÁFICA 54: ESTRUCTURA DEL VALOR CIF PARA ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, DE LOS PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN, 1998- 2002. _____	204
GRÁFICA 55: ESTRUCTURA DEL VALOR CIF PARA EMPAQUES DE PAPEL, DE LOS PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN, 1998 - 2002. _____	205
GRÁFICA 56: ESTRUCTURA DEL VALOR CIF PARA ENVASES DE VIDRIO, DE LOS PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN, 1998 - 2002. _____	206
GRÁFICA 57: ESTRUCTURA DEL VALOR CIF PARA ENVASES DE VIDRIO, DE LOS PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN, 1998 - 2002. _____	207

## ANEXOS

ANEXO 1: SOLICITUD DE INSPECCIÓN, 2003. _____	253
ANEXO 2: ORDEN DE PEDIDO, 2003. _____	254

ANEXO 3: INFORME DE VERIFICACIÓN, 2003.	255
ANEXO 4: FACTURA COMERCIAL, 2003.	256
ANEXO 5: CERTIFICADO DE ORIGEN, 2003.	257
ANEXO 6: VOLANTE (MANIFIESTO DE CARGA), 2003.	258
ANEXO 7: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO A), 2003.	259
ANEXO 8: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO B), 2003.	260
ANEXO 9: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO C), 2003.	261
ANEXO 10: DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA , 2003.	262
ANEXO 11: DOCUMENTO DE TRANSPORTE , 2003.	263
ANEXO 12: TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA CARGA AEREA, 2003.	264
ANEXO 13: TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA CARGA MARÍTIMA, 2003.	265
ANEXO 14: AGENTES ADUANEROS AUTORIZADOS, 2003.	267
ANEXO 15: DEPÓSITOS ADUANEROS AUTORIZADOS, 2003.	288

## INFORMACION GENERAL

### Resumen Ejecutivo

#### Descripción del comportamiento del sector

##### ***Concentración Oferta, especialmente en el sector de envases de vidrio***

A lo largo de los últimos años, el sector de envases y empaques peruano ha experimentado un proceso de concentración de la oferta en torno a pocas empresas grandes que renuevan productos con nuevas tecnologías, que de forma paralela aparecen de un gran número de pequeños productores, que compiten en segmentos menos especializados, pero que de igual forma abastecen el mercado. Pero en el caso de envases de vidrio la concentración es del 100%.

##### ***Crecimiento del consumo a pesar de recesión***

Durante los últimos cinco años, la tasa de crecimiento del consumo de envases se ha evidenciado como resultado del crecimiento de las diferentes sectores al cual abastece, motivado principalmente por el incremento en los niveles de consumo de la población.

##### ***Reducidos márgenes de comercialización***

La tendencia al consumo de envases y empaques esta dado por la relación precio beneficio de los productos, así como la inclinación a innovar en lo referente a marca y calidad. Pero una característica de este mercado son los bajos márgenes de comercialización que tienen los empresarios y distribuidores. Esto como consecuencia de la precaria situación de la economía y la necesidad de las empresas de seguir en el mercado y por el alto valor que se debe asignar en los diferentes segmentos al aprovisionamiento de insumos, caso de plásticos y metal común.

##### ***País con déficit en la producción del insumos : carencia de industria petroquímica***

En el caso de los productos plásticos, segmento en el cual la industria peruana muestra elevados índices de crecimiento, se destaca la

ausencia de producción de insumos, específicamente de industria petroquímica, lo cual ejerce una gran presión sobre los precios y los márgenes de comercialización. Igual situación para los productos de tapas de metal común, cuya producción depende de la importación de sus insumos.

### ***Crecimiento de la producción de papel y cartón***

Este sector ha venido desarrollando y creciendo durante el último quinquenio, principalmente influenciado por la inversión de capital, especialmente en las áreas de tecnología y desarrollo de nuevos productos. Así como en el sector de vidrios, en donde el proceso de reciclaje empieza a ser un factor para la disminución de los costos de producción y ser competitivos en el mercado.

### ***Diversificación de Productos***

La estructura del consumo en Perú ha presentado en los últimos años cambios significativos, reflejando un aumento de la importancia relativa del paso del consumo de productos con mayor valor agregado y más especificaciones técnicas. La diversificación de la gama de productos en los segmentos, junto con la innovación constituyen aspectos primordiales en las estrategias competitivas de los principales empresas, fuertemente apoyadas con asesorías técnicas en todo lo referente al desarrollo de nuevos productos y servicio posventa.

### ***Buenas perspectivas para 2003***

El mercado de envases y empaques mantuvo en el período 1998-2002 una tendencia de crecimiento, ligada fundamentalmente al incremento de la demanda de productos derivados de la industria de alimentos, bebidas y agroindustrial, principalmente. Tendencia que se espera continúe en el año 2003 y 2004 especialmente por el mejoramiento de los índices económicos y una expansión más fuerte en torno a la situación económica del Perú y en la expansión de las empresas a los mercados internacionales.

### **Subsectorización**

A lo largo del presente estudio, se entenderá por el nombre de envases a todos los productos que estén diseñados para contener sustancias líquidas; mientras por empaques se entenderá los productos diseñados para contener sustancias a granel o sólidas.

Así mismo no se hará algún tipo de distinción entre envases primarios, secundario o terciario, esto debido a que cada uno de los consumidores



de estos productos lo pueden requerir en forma distinta para el proceso de empaclado o envasado.

Los artículos incluidos en este sector se caracterizan por su naturaleza de ser bienes destinados a utilizarse en la contención, protección, manipulación, distribución o presentación de productos de diferentes sectores económicos, ya sean alimentos, aseo, bebidas, cosméticos, entre otros que requieren especificaciones especiales para cada uno de los productos.

Los segmentos están determinados según el tipo de material del que esta hecho el envase o el empaque, categorizando de acuerdo con la posición arancelaria por donde se haría la exportación de este tipo de bienes. Los segmentos son entonces plástico, papel y cartón, vidrio, metal común, fibras naturales, aluminio y por último hierro y acero. Por su parte, la categorización se refiere al tipo de producto, ya sea botellas, cajas, bolsas, etiquetas.

Vale la pena resaltar que la metodología desarrollada por el presente estudio incluye en la segmentación todas aquellas categorías de producto que Colombia esta exportando actualmente a otros mercados y que se presentan como potenciales para ser exportados hacia el Perú.

De este punto se parte para lograr identificar en el capítulo de comercio exterior la potencialidad de los productos en los que Colombia puede ingresar, según las estimaciones estadísticas. El desarrollo de los capítulos de análisis de la competencia y canales de distribución y comercialización se hará en base a los productos seleccionados como potenciales.

Las partidas que se abarcan en el presente estudio, y de las cuales se establecerá su potencialidad en el mercado peruano están clasificadas en los siguientes segmentos y categorías:

**Tabla 1: Segmentación del sector de productos cosméticos, 2003.**

SUBSECTORIZACION DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES		
SEGMENTO	CATEGORIA	DESCRIPCION
PLASTICOS	3923100000	CAJAS, CAJONES, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO
	3923210000	SACOS, BOLSAS ( BOLSITAS) Y CUCURUCHOS, DE POLMEROS DE ETILENO
	3923290090	LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS
	3923309000	BOTELLAS, FRASCOS Y ART. SIMILARES, CAPACIDAD < 18,9 LT.
	3923500000	TAPONES, TAPAS, CAPSULAS Y DEMAS DISPOSITIVOS DE CIERRE, DE PLASTICO.
	3923900000	LOS DEMAS ARTICULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLASTICOS
PAPEL Y CARTON	4819100000	CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO.
	4819400000	SACOS BOLSAS Y CUCURUCHOS CON UNA ANCHURA EN LA BASE INFERIOR A 40 CMS. DE PAPEL O CARTON
	4811410000	AUTOADHESIVOS
	4819200000	CAJAS Y CARTONAJES, PLEGABLES, DE PAPEL CARTON
	4819301000	SACOS O BOLSAS MULTIPLIEGOS, DE PAPEL, CARTON, GUATA O NAPA
VIDRIO	7010902000	DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, CAPACIDAD >0,33 L; PERO < 1 L
	7010903000	DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, CAPACIDAD > 0,15 L; PERO < 0,33 L
METAL COMUN	8309900000	TAPONES Y TAPAS Y DEMAS ACCESORIOS, EXC. TAPAS CORONA, DE METALES COMUNES
	8309100000	TAPAS CORONA, DE METALES COMUNES.
FIBRAS NATURALES	6305901000	SACOS Y TALEGAS, PARA ENVASAR, DE PITA, CABUYA O FIQUE.
ALUMINIO	7612100000	ENVASES TUBULARES COLAPSIBLES (FLEXIBLES), DE ALUMINIO
HIERRO Y ACERO	7309000000	DEPOSITOS, CISTERNAS, CUBAS Y RECIPIENTES SIMILARES PARA CUALQUIER MAT
	7310100000	DEPOSITOS, BARRILES, TAMBORES, CAJAS Y RECIPIENTES SIMILARES, PARA CUA
	7310290000	LOS DEMAS DEPOSITOS DE FUNDICION DE HIERRO O ACERO CAPACIDAD < 50 LT

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

## **Marco Legal**

Como países miembros de la Comunidad Andina de Naciones<sup>1</sup>, según el Acuerdo de Cartagena o Pacto Andino suscrito en 1969 que pretendía establecer una Unión Aduanera, Colombia disfruta de los beneficios de la Zona de Libre Comercio que para el caso de Perú llega a una liberación total en el 2005; y que para el caso específico de los productos del sector de envases y empaques presenta un porcentaje de liberación promedio del 80%.

Por otro lado, resultado de los procesos de integración que viene desarrollando Perú en el marco de la Comunidad Andina, el intercambio comercial está sujeto a las delimitaciones legales de este, es así como el sector debe cumplir con los criterios de normas de origen para el ingreso de productos a este país.

El objetivo principal de estas normas de origen es el beneficiar y dar tratamiento arancelario preferencial a los productos obtenidos de forma total y genuina en alguno de los países miembros. De igual forma se establecen criterios para acogerse a estas preferencias.

Los criterios Generales para beneficiarse de estas preferencias son que las mercancías deben ser producidas íntegramente en el territorio nacional de los países miembro, las mercancías deben ser obtenidas totalmente u originarias por el solo hecho de ser producidas en el territorio de un país miembro, que tengan transformación importante o sustancial como el cambio de clasificación en la nomenclatura arancelaria y un valor de contenido regional además del proceso de elaboración.

Dentro del tratamiento preferencial también se contemplan otros conceptos o figuras para conferir el criterio de originarios a los productos como son el de acumulación que aplica cuando los insumos importados de otros países se consideran como nacionales y el de minimis en el cual se considera que los productos que utilizan materias primas no originarias se les concede el trato preferencial siempre y cuando su valor total no exceda el 5%-7% del valor de la transacción (FOB, CIF, Ex Fabrica) del producto final.

En el ámbito nacional general es muy importante tener en cuenta el papel que juega INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Propiedad Intelectual), el cual ejerce influencia en el

---

<sup>1</sup> Zona de Libre Comercio creada según el Acuerdo de Cartagena o Pacto Andino suscrito en 1969 que pretendía establecer en primera fase una unión aduanera conformada por Perú, Colombia, Ecuador, Bolivia y Venezuela

sector principalmente en lo referente a la Normalización y Regulación Técnica, y al registro de marcas.

En cuanto a la Inversión Extranjera es importante destacar los Convenios de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones que suscriben los gobiernos nacionales, así como los mecanismos de protección de las inversiones establecidos en el Acuerdo de Cartagena<sup>2</sup>.

### **Situación del sector en el marco CAN y perspectivas ALCA**

A nivel general los procesos de integración de la **CAN** siguen las etapas que se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 2: CAN. Etapas de Integración, 2002.**

Nivel de Integración	Eliminación Aranceles	Arancel Externo	Políticas Comercial	Política Económica	Políticas Globales
Zona de libre comercio	*				
Unión Aduanera	*	*			
Mercado Común	*	*	*		
Unión Económica	*	*	*	*	
Integración Global	*	*	*	*	*

Fuente: Integración Económica, Luis Dellanegra Pedraza

La Comunidad Andina de Naciones CAN, ha demorado casi 30 años en llegar a la Unión Aduanera, de forma imperfecta, Este proceso sin embargo se ha acelerado en los últimos 3 años. Con base en esta posición, en la actualidad se inician las negociaciones con miras al ALCA como Zona de Libre Comercio. De manera particular, en el sector de Productos de Aseo se ha evidenciado el manejo general de política que afectan a todos los países sin evaluar previamente los efectos por separado.

El caso peruano es diferente al de los demás miembros de la CAN principalmente por que ha entrado y salido del convenio. El AEC<sup>3</sup> adoptado por la CAN, previamente a la reinclusión de Perú, contempla

<sup>2</sup> PROINVERSION es la Agencia de Promoción de la Inversión Privada del Perú, entidad dedicada al fomento de la inversión extranjera. La presentación institucional se puede observar en [www.proinversion.org.pe](http://www.proinversion.org.pe).

<sup>3</sup> Arancel externo común

cuatro niveles de 5, 10, 15 y 20 por ciento. Estas tasas se aplican de menor a mayor nivel correspondiendo al grado de elaboración del producto; de tal manera que los insumos y materias primas tienen la menor tasa, 5%, mientras que los bienes de consumo final o elaborados tienen la mayor, 20%. Esta estructura corresponde a determinados procesos de desarrollo industrial que llevan en marcha especialmente países como Colombia y Venezuela con el objetivo de estimular y proteger el desarrollo de la industria nacional, ya que una de las metas de la adopción del AEC es brindar una adecuada protección a los sectores industriales, de ahí su estructura escalonada con mayor grado de protección a los bienes de consumo final o elaborados en el país.

En el caso de Perú, en 1992 el país se apartó del programa de Liberalización Comercial de la CAN y adoptó desde ese año una política de apertura comercial, con la baja general en las tasas arancelarias que no contemplaba la protección de ningún tipo de industria nacional. Actualmente el Perú tiene un arancel de solo dos niveles, 12% y 20%, donde el 98% de las importaciones tiene un arancel del 12%. Esta estructura arancelaria no contempla mayormente distinción entre bienes de capital, de insumo o bienes finales. Así, la protección que se da a la industria por medio de este arancel es casi inexistente.

Ante esta situación, el pasado abril el 94% del comercio de la CAN se acogió al Arancel Externo Común AEC, que es la propuesta que presentaron los países andinos frente al ALCA. Los países que quedaron con un 100% del arancel (Colombia, Venezuela, Ecuador y Bolivia) se acogieron a la **Decisión 370**, mientras que Perú, que logró un avance de 62%, a la **Decisión 535**, en general en esta decisión se acuerda los siguientes aranceles y cuyas principales categorías son:

**Tabla 3: Estado de las Negociaciones del Arancel Externo Común, 2003.**

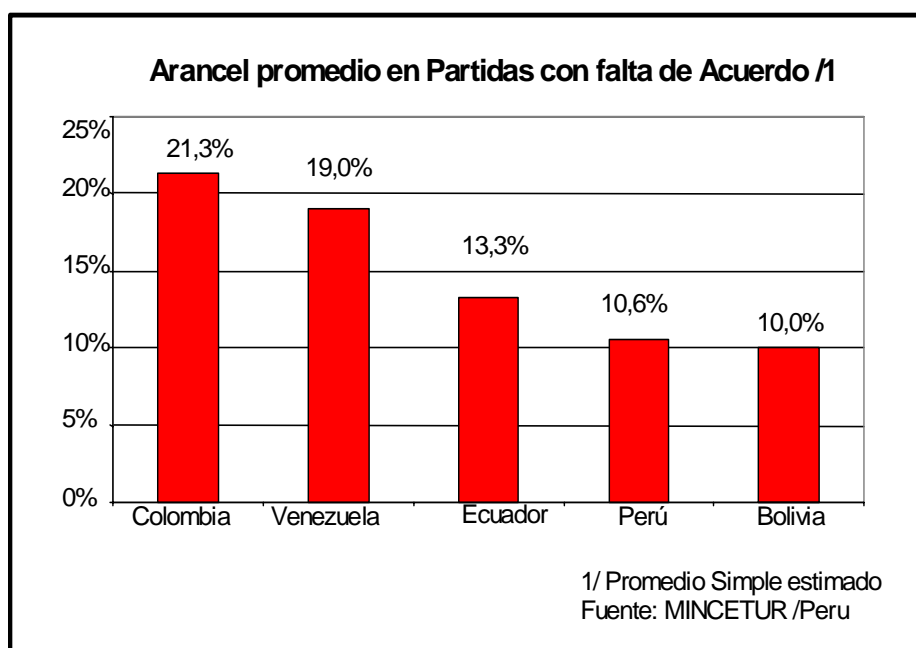
AEC acordado	Porcentaje de Partidas	Comprende Principalmente
0%	2,0	Semillas
5%	48,4	Insumos Industriales y bienes de capital no producidos en la región
10%	12,2	Otros insumos y bienes de capital
20%	37,3	Carnes, productos agrícolas no incorporados a franjas de precios, productos de tocador y limpieza, textiles y confecciones, muebles y electrodomésticos

Elaboración: Grupo Consultor fuente CAN 2002

Como se observó, no fue posible llegar en las negociaciones a un acuerdo en el 38% de partidas del universo arancelario con Perú, las cuales fueron complejas debido a las diferencias en las cadenas productivas de los países miembros en sectores sensibles de alimentos (azúcar, aceites, lácteos), metalmecánica, petroquímica, farmacéuticos, automotores, entre otros.

En la siguiente Gráfica se puede observar el arancel promedio por país en partidas con falta de acuerdo, donde Perú tiene, al igual que Bolivia, el más bajo nivel.

**Gráfica 1: Arancel Promedio en Partidas con Falta de Acuerdo, 2003.**



La percepción peruana es que su posición fue la que más cedió en términos de una elevación de tasas arancelarias en importantes productos, argumentada por el equipo del presidente Alejandro Toledo en la defensa de la decisión política de reanimar el proceso de integración con la CAN, aún recibiendo críticas por la falta de una propuesta homogénea y articulada frente al Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).<sup>4</sup>

<sup>4</sup> . EL PERUANO de Lima, 16/mayo del 2003

En particular, los gremios industriales del Perú no están dispuestos a ceder en este aspecto porque ello implicaría la pérdida de competitividad en algunos rubros al tener que abastecerse de insumos regionales posiblemente más caros y, en algunos casos, de menor calidad. La posición del gremio de productos cosméticos es bastante reacia, principalmente porque el 75% de los productos del sector son importados y la adopción del AEC significaría un arancel mayor que se traduciría en un incremento en los precios al consumidor final, además de constituir una medida contraproducente teniendo en cuenta que en el 2005 el mercado se abrirá por completo.

En síntesis el AEC<sup>5</sup> es imperfecto y presenta fisuras frente al ALCA y EE.UU. Específicamente, el AEC le permite a Bolivia continuar aplicando una tasa arancelaria de 10% a las partidas que para los demás países se han fijado en 20%. Además, se mantienen la diferencias producidas por acuerdos preferenciales suscritos con terceros países, programas de incentivos a la exportación, acuerdo automotor, entre otros.

Esta imperfección generará, posiblemente, demandas entre los países miembros debido a la violación de normas de origen, entre otros factores. En particular, la decisión de las autoridades peruanas tomadas en mayo de plantear la aplicación de sanciones comerciales contra Colombia, Venezuela y Ecuador por imponer barreras a las exportaciones nacionales fue recibida con aceptación por los empresarios.<sup>6</sup>

Al igual, la Unión Europea ha expresado su inquietud sobre el proceso de integración “tenemos la esperanza de que los países andinos concreten lo que siempre han dado a conocer como el mercado común y la unión aduanera, mientras esto no ocurra la Comisión Europea no está en disposición de negociar una zona de libre comercio”.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> AEC = Arancel Externo Común

<sup>6</sup> Al respecto el gobierno Peruano colocó sanciones. Colombia cuenta con tres sanciones que afectan con 5% del gravamen hasta cinco productos en cada sanción. Ecuador tiene cinco casos sancionados con el mismo gravamen a sus exportaciones que afectarían a un mayor número de exportaciones (hasta 22 productos) y Venezuela tiene cinco casos sancionados, uno que afecta a cinco productos con 10% de gravamen y cuatro casos (17 productos) con sobretasa del 5%. (GESTION de Lima, mayo 8 del 2003).

<sup>7</sup> Declaración del Jefe de la Delegación de la Comisión Europea en Perú, Mendel Goldstein, GESTION de Lima, 21/abril del 2003.

Durante el pasado mes de agosto del 2003,<sup>8</sup> la posición peruana a nivel internacional continuó por la vía de las negociaciones bilaterales. Perú y Brasil, suscribieron un acuerdo parcial de libre comercio en el marco del Mercado Común del Sur (Mercosur). Este regirá a partir del 1 de noviembre y comenzará con 600 productos a los cuales no se le aplicarán aranceles. Adicionalmente, la negociación con Paraguay y Uruguay culminaría dentro de 60 días en el convenio comercial suscrito con el Mercosur. El Perú por su parte, incluyó una cláusula para eliminar los subsidios a la exportación.

Además, Perú propuso que en 15 años se desgraven 6,000 partidas arancelarias, mientras que Brasil sugirió la desgravación inmediata de 17 partidas. Igualmente, los presidentes de ambas naciones decidieron que no se necesitará pasaporte para que los ciudadanos viajen de un país a otro. A nivel diplomático, según el canciller peruano Allan Wagner, tras la firma de los acuerdos de Perú, Brasil y el MERCOSUR, considera que la política exterior peruana continuará con el objetivo de suscribir tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Unión Europea.

El acuerdo que se logro en abril sobre el Arancel Externo Común -AEC- ha dado un giro en el mes de septiembre pasado ante la petición de los países de revisar posiciones en las cuales existía pleno acuerdo. El argumento son "las enormes dificultades para adoptar el AEC, debido a que esto significa subir el arancel a algunos productos con su subsiguiente encarecimiento".

Con ese argumento, Perú pidió la revisión del AEC para 1,700 partidas arancelarias, entre las que se encuentran 226 para Ecuador y 146 para Colombia, muchas de las cuales son materias primas e insumos, por lo que se incrementarían los costos para fabricantes e importadores y, en consecuencia, para los consumidores finales.<sup>9</sup>

En conclusión, en la actualidad los acuerdos comerciales realizados bajo el marco de la CAN no tiene una perspectiva clara, estable y de reglas comunes para los miembros. El reconocimiento del problema amplía las fisuras en la CAN y debilita cualquier posición unificada en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (Alca). En consecuencia, el país andino que logre un tratado bilateral con Estados Unidos generará la unión de los demás países andinos exceptuando Venezuela que ha expresado su posición anti Alca.

---

<sup>8</sup> Gestión, 26 de Agosto del 2003

<sup>9</sup> Gestión, 11 de Septiembre del 2003



## COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### Tamaño del mercado

El mercado de envases y empaques en el Perú, esta conformado principalmente por la industria plástica, de papel y cartón, vidrio y metal común. También se cuenta la producción de productos de madera y fibras naturales, aunque no haya ningún registro o estadística idónea para hacer un análisis económico. Está dirigido y representado principalmente por el Instituto Peruano del Envase y el Embalaje IPENBAL, al cual pertenecen las principales empresas del sector, lo que hace relevante la información proveniente de este gremio.

La industria del empaque, envase y embalaje peruano se ha venido desarrollando a medida que evoluciona el mercado de alimentos y bebidas, así como la actividad agroindustrial de exportación. Este desarrollo se da principalmente por la formalización y mejoramiento de la presentación de algunos productos que anteriormente se vendían al granel.

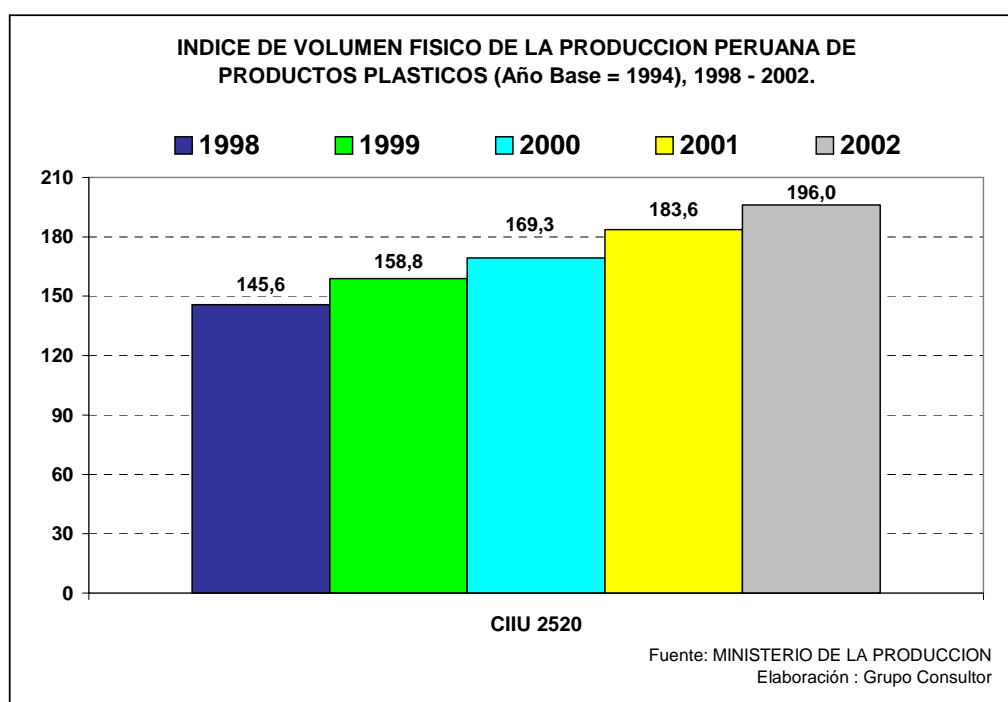
La industria en general de este sector, calcula IPENBAL, participa con el 1.5% del PIB, lo que representa alrededor de US\$ 667 millones y adicionalmente viene mostrando un promedio de utilización de su capacidad instalada en un 60%, aunque el sector en general muestra índices de crecimiento en cada uno de los segmentos.

### *Evolución de la actividad del segmento de envases y empaques plásticos*

El sector de envases y empaques ha venido jalonando la tendencia creciente y sostenida de la producción local de la industria plástica en el último quinquenio, el cual participa con el 37% de esta. La evolución de esta se puede determinar por medio del incremento en el consumo de materias primas de plástico, las cuales en su totalidad son importadas, debido a que Perú no cuenta con industria petroquímica para abastecer el mercado.

Esto genera una gran variabilidad en los precios de los productos plásticos en el mercado y obliga a los productores a tener unos bajos márgenes de comercialización para llegar a ser competitivos.

**Gráfica 2: Índice de Volumen Físico de la producción peruana de productos plásticos, 1998 – 2002.**



Como se puede ver a través de IVF, la producción de la industria de productos plásticos viene registrando un ritmo sostenido de expansión, durante el 2002, pues creció un 9.6%, operando a 52% de su capacidad instalada. Previamente, en el 2001, el sector aumentó su producción en 8.4%. Si bien el crecimiento no es similar entre las distintas categorías de insumos, el incremento de las inversiones a partir de 1995 a la fecha (US\$800 millones), parecen haber sentado las bases para el desarrollo integral del sector<sup>10/1</sup>.

El crecimiento del sector ha estado impulsado principalmente por los planes de expansión iniciados por las empresas mas importantes en el

<sup>10</sup> Top empresarial 10.000 Perú, 2001- Análisis Sectorial

último año<sup>11</sup> con miras a incrementar sus exportaciones. Resaltando que tanto las exportaciones, así como la actividad productiva local, es impulsada por el subsector dedicado a la fabricación de envases PET, el cual en poco menos de cuatro años casi ha sustituido totalmente la

importación de dichos productos e incluso ha comenzado a ganar mercados en el exterior, principalmente en los países miembros de la Comunidad Andina y Chile.

En cuanto al mercado interno, el ingreso de nuevas empresas al mercado de bebidas gaseosas y aguas minerales, les permitió un crecimiento sorprendente, pensando ampliar sus ventas al sector cervecero y profundizar sus ventas en el sector alimentos.

Su crecimiento se sustenta por un lado, en la preocupación constante de las empresas para hacer más atractivos sus productos, lo cual exige a su vez que las empresas productoras locales se actualicen en nuevas tecnologías y presentaciones, y por otro, a las inversiones que se están realizando en esta línea de productos, con el objetivo de incrementar su presencia en el mercado externo.

Entre los factores que más afectan a este sector es el contrabando, la subvaluación y el dumping. El primero ingresa por Ecuador, Chile y el Callao sobre todo en el rubro de envases desechables.

Un hecho determinante en el crecimiento del sector de envases y empaques plásticos ha sido el desarrollo de mercados externos, esto como consecuencia de la reducción del local, la sobreoferta de las empresas en el mercado y la dependencia en el consumo interno que en los últimos años se ha visto afectado por la débil situación de la economía.

Hablando específicamente por rubro de producto, se puede agregar que en la producción de envolturas flexibles está directamente relacionada con la evolución del mercado de alimentos, sector que se analizara en el capítulo de características de la demanda de este mismo estudio.

Mientras el de bolsas de polipropileno, esta más en contacto con el sector pesquero, el cual mostró una gran decaída durante el 2001 como consecuencia del fenómeno del niño, afectando la producción de los productos provenientes del mar. Las cinco principales empresas participantes en este mercado son Norsac SA, Sacos Pisco SA, Sacos del Sur SA, Polisacos SAC, Copza del Perú SA.

---

<sup>11</sup> Afirmaciones del Secretario del Comité de Plásticos de la Sociedad Nacional de Industrias – Abril de 2003.

En el caso de envases el sector que más contribuye al crecimiento de las empresas es el de bebidas gaseosas y agua de mesa. En especial los envases PET. En esta categoría se puede afirmar que las empresas cuentan con la capacidad, la infraestructura y la tecnología para incursionar en los mercados internacionales, resaltando que actualmente ya se encuentran en los mercados de Ecuador, Bolivia y Centro América.

*Evolución de la actividad del segmento de envases y empaques de papel y cartón.*

El sector de envases y empaques de papel y cartón, es una de las industrias más dinámicas dentro de la economía peruana, ha venido mostrando crecimiento durante el último quinquenio y se espera que siga con esta tendencia. El principal motivo para esta favorable evolución, es el desarrollo de la industria agroindustrial y pesquero en Perú. La producción local, está encaminada a abastecer el mercado interno, lo cual requiere un conocimiento de las temporadas de siembra y recolección de cosechas para así mismo ofrecer un mejor servicio a los consumidores de este tipo de bienes.

Uno de los factores más fuertes con los que cuenta esta industria en el mercado local son los tiempos y las necesidades de la comunidad industrial y agroindustrial, además de una clara orientación hacia las especificaciones técnicas de los productos en lo referente a calidad y sistemas de medición del ambiente para comprobar la resistencia del producto a la humedad y a las demás condiciones ambientales que debe enfrentar un empaque o envase para proteger el producto.

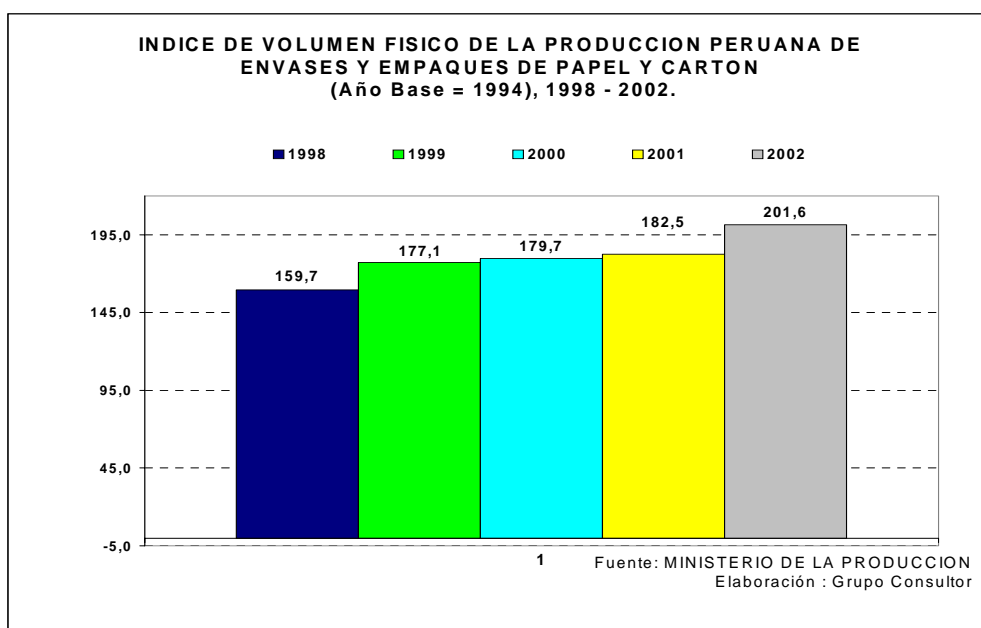
Este segmento, tal como se ha definido en el presente estudio, hace parte de la actividad económica 2102: *Fabricación de papel y cartón y envases de papel y cartón*, de la CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), clasificación que tiene como propósito agrupar las actividades similares por categorías y de esta forma facilitar el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial. Esta clasificación es utilizada por el Ministerio de la Producción peruano para presentar los resultados de la actividad productiva de las empresas.

La producción de productos de papel y catón en el Perú esta comprendida por Papel Kraft y Similares, Papel Bond y Similares, Papel Higiénico, Papel Toalla, Cartón Liner, Cartón Duplex, Cartón para Corrugar, Cartón Corrugado, Cartulina, Sacos Multipliegos, Cajas de Cartón Corrugado, Toallas Higiénicas, Pañales Tipo Calzón.

Las estadísticas nacionales anuales totales tienen un rezago de 2 años; en la actualidad apenas se está terminando la recolección de estadísticas para el 2001, sin embargo, el Ministerio de la Producción realiza una Encuesta Mensual a una muestra empresarial representativa que tiene estadísticas al día, pero solo tiene en cuenta las categorías o productos más importantes para la actividad económica nacional.

Sin embargo, por construirse estas estadísticas con base en la actividad de las principales empresas del sector, se convierten en el indicador idóneo para determinar la evolución de la actividad nacional peruana de la Industria de envases y empaques de papel y cartón, y base fundamental del Índice del Volumen Físico de la clasificación 2102 que evidencia el crecimiento y desarrollo del sector en los últimos cinco años.

**Gráfica 3: Índice de Volumen Físico de la producción peruana de envases y empaques de papel y cartón, 1998 – 2002.**



El mayor crecimiento registrado durante el 2002 tuvo origen en la mayor dinámica de las actividades agroindustrial exportadora, que creció un 12.1%<sup>12</sup> cementera y farmacéutica, destacándose principalmente la producción de sacos multipliegos donde los factores que más influyen

<sup>12</sup> MAXIMIXE, Riesgo de Mercados, Papel, Junio 2002

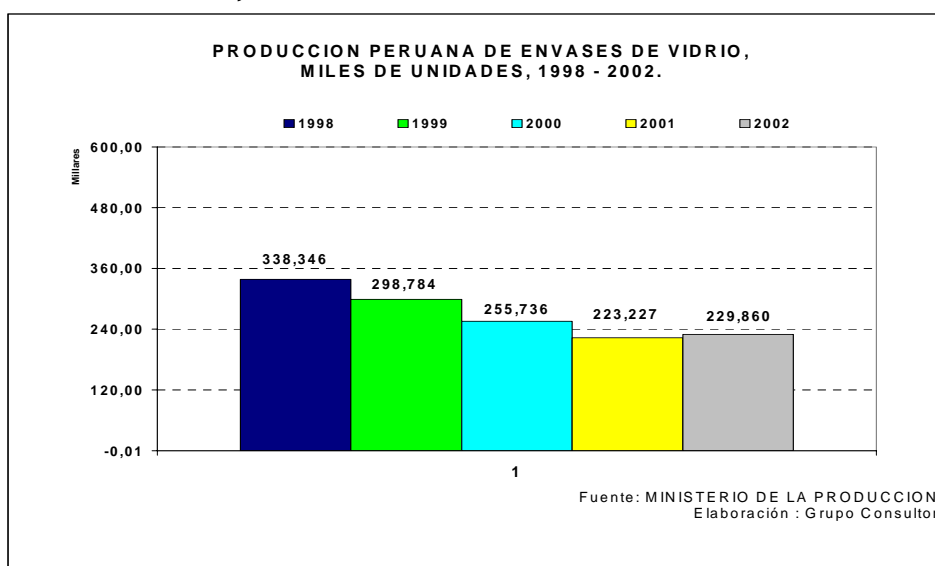
en el comportamiento de este segmento es la reactivación de la industria de construcción y el mayor dinamismo en la venta de cemento, la cual creció en un 9.9%<sup>13</sup> durante el 2002. Esto incentivando el consumo de este segmento.

Para el 2003 se espera que la producción nacional de productos de envase y empaque de papel mantenga su tendencia creciente, incentivada por el aumento del consumo en la demanda interna y en el crecimiento de la industria pesquera, agroindustrial y construcción. Así como un mayor desplazamiento del consumo de cajas de cartón en reemplazo de las jabas de madera, dentro de la actividad agrícola.

#### *Evolución de la actividad del segmento de envases de vidrio.*

La industria peruana de envases y empaques de vidrio, esta compuesto por la producción de envases para alimentos, botellas para gaseosas, botellas para vinos y licores, botellas para cerveza y frascos para droguería. Su evolución se encuentra muy estrechamente vinculada a la producción de cerveza, gaseosa, agua de mesa, productos farmacéuticos y agroindustria.

**Gráfica 4: Producción peruana de envases de vidrio, miles de unidades, 1998 – 2002.**



<sup>13</sup> MAXIMIXE, Riesgo de Mercados, Papel, Junio 2002

Este sector viene presentando decrecimientos en sus niveles de producción debido a la gran competencia que se presenta en el mercado con los envases de plástico especialmente los productos PET, la reestructuración de las empresas del sector como consecuencia de una aguda crisis registrada a finales de los noventa y que finaliza con la adquisición de las más grandes e importantes empresas del sector que son Compañía Manufacturera de Vidrios y Vidrios Industriales por la multinacional Owens Illinois.

Además de la decisión de estas empresas en el 2001 de suspender la producción de botellas de cerveza y de frascos de droguería, importando el 100% de estos productos desde Colombia para abastecer el mercado nacional.

A pesar de los decrecimientos registrados hasta el 2002 año en el que se empieza a mostrar la reactivación del sector y donde los niveles de producción aumentaron en un 2.9% con respecto al 2001, además que las principales empresas del sector registran crecimientos en su nivel de ventas, en el caso de la Compañía Manufacturera del Vidrio, este representó el 14.2%, mientras Vidrios Industriales fue de 28.8%<sup>14</sup>, hacen pensar que este segmento continuará mostrando un comportamiento positivo.

Para el 2003 se espera que la actividad productiva de este segmento continúe con índices de crecimiento como lo registró en el 2002, esto como consecuencia de la expansión de la demanda, el incremento del consumo de bebidas gaseosas por el lanzamiento de nuevos sabores, tamaños y presentaciones y una marcada tendencia a incrementar las agroexportaciones peruanas a Estados Unidos y Europa.

#### *Evolución de la actividad del segmento de envases de metal común.*

En cuanto al segmento de envases y empaques fabricados en metal común, se puede apreciar por medio del IVF (Índice de Volumen Físico), que la producción ha venido presentando una tendencia creciente del 9.56%, en el periodo 1998 – 2002.

A pesar de los decrecimientos mostrados en 1999 y 2001, motivados principalmente por el deceso de la actividad pesquera, la cual decreció por influencia del fenómeno del niño en este periodo, su comportamiento muestra que es un sector que continuará su desarrollo y que las empresas están dando pasos agigantados en mejoramiento de calidad y producto con la idea de proveer el mercado nacional, incluso en expandirse en otros mercados principalmente de la Comunidad Andina de Naciones.

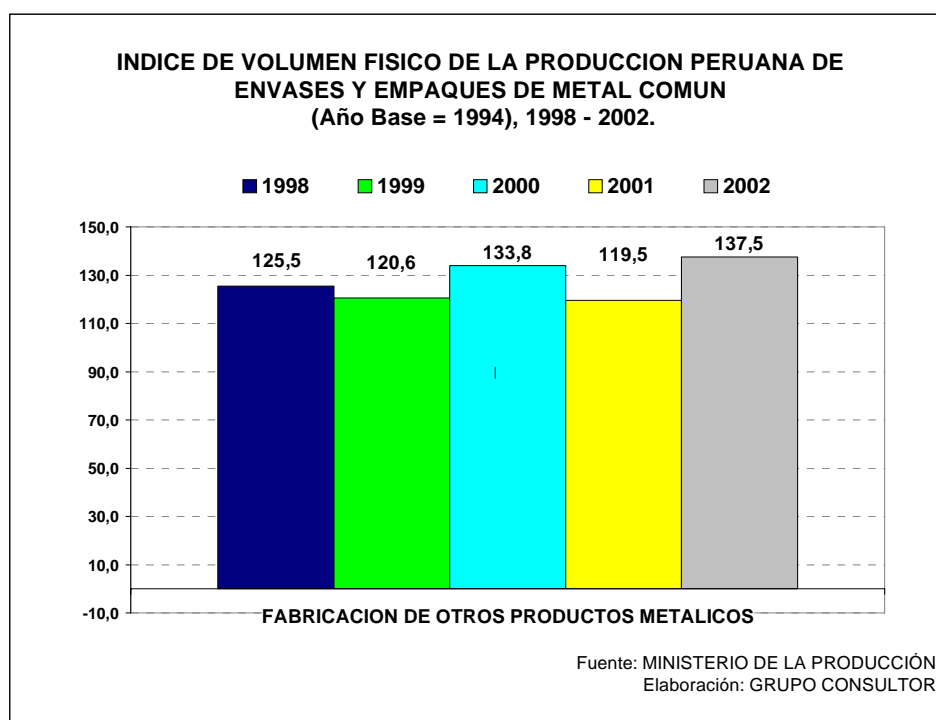
---

<sup>14</sup> MAXIMIXE, Riesgos de Mercados, Vidrio, Octubre 2002

Los ingresos de este segmento dependen de la actividad de la producción de sectores como el de conservas de pescado, de pinturas y pigmentos, entre otros. Así como el sector lácteo, ya que en este país, la aceptación de compra de leche en envases de hojalata es muy alto. Específicamente hablando de producción de tapas de metal común, su principal cliente es el sector agroindustrial, el cual consume este producto para las conservas de frutas, verduras, hortalizas y espárragos, los cuales son destinados al mercado internacional.

Es importante mencionar que las empresas de este sector muestran deficiencias en proveer productos (tapas de metal común, excepto tapas corona) con los requerimientos de calidad que exigen las conservas para la exportación<sup>15</sup>, es por eso que la importación de este producto crece a medida que va creciendo la industria agroexportadora.

**Gráfica 5: Producción peruana de envases de vidrio, miles de unidades, 1998 – 2002.**



<sup>15</sup> Entrevista efectuada por el Grupo Consultor en el mercado



Un factor importante que se debe considerar en esta industria es que los envases de tetrapak se encuentran en el mercado ejerciendo una influencia para trasladar el consumo de la hojalata hacia el tetrapak, lo que se convierte en una fuerte competencia especialmente en el sector lácteo.

Cabe mencionar que las empresas siguen muy interesadas en ofrecer en el mercado productos de metal y hojalata que contengan mayores especificaciones técnicas en cuanto a peso, grosor, dimensiones y mejoramiento del diseño de los envases en pos de mejorar los procesos logísticos de distribución y almacenamiento<sup>16</sup>.

### Caracterización de Empresas

La situación actual de las empresas productoras del sector de envases y empaques, representa una ganancia de competitividad y de posicionamiento de los productos nacionales frente a los importados. En primera medida por las inversiones de capital realizado por las empresas productoras, especialmente en el segmento de envases plásticos, y por un mejoramiento continuo del sector en pos de satisfacer la necesidades de sus clientes, principalmente el sector de alimentos.

Además de la creciente importancia que ha tomado el tema de posicionamiento de marca y producto en el mercado de consumo masivo, el cual se ve altamente influenciado por el crecimiento de las ventas minoristas por parte de las grandes cadenas de supermercados e hipermercados, además del crecimiento de la competencia en todos los sectores como consecuencia de los proyectos de integración económica como la Comunidad Andina de Naciones y alianzas regionales como las que ha realizado el gobierno peruano con países como Chile y Brasil.

A continuación se presentaran los principales indicadores de las empresas presentes de cada uno de los segmentos que componen este sector y que hacen parte de la CIIU 2510 Fabricación de Productos de Plástico, así como de la CIIU 2101 Fabricación de papel y cartón ondulado y de envases de papel y cartón, CIIU 2610 Fabricación de vidrio y productos de vidrio y CIIU 2899 Fabricación de otros productos elaborados de metal N.C.P.

Es importante destacar que en esta recolección de datos estadísticos solo se tienen en cuenta las empresas formalmente constituidas y que tengan permanentemente más de cinco empleados.

---

<sup>16</sup> INSTITUTO PERUANO DE ENVASE Y EMBALAJE IPENBAL, Seminario: La importancia del envase y Embalaje, Julio 2003.

**Tabla 4: Principales indicadores de las empresas del segmento de envases y empaques de plástico, 1998-2000**

PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLASTICO, 1998 - 2002 *			
	1998	1999	2000
NUMERO DE ESTABLECIMIENTO	873	949	956
PROMEDIO ANUAL DE PERSONAS OCUPADAS (Permanente)	9.886	9.729	8.745
EMPLEADOS	3.662	3.549	3.218
OBREROS	6.224	6.180	5.527
VR. BRUTO DE LA PRODUCCION CON IMPUESTOS	466.792	473.867	444.823
VR. TOTAL DE LA PRODUCCION ANUAL	362.566	389.995	348.804
TOTAL INGRESOS POR SERV. INDUSTRIALES Y OTROS	32.978.419	18.647.904	31.983.966
MARGEN COMERCIAL	7.679.542	8.554.299	11.699.239
POR SERV. DE FAB. REP. OTROS SERV. E ING. VARIOS	25.298.876	10.093.606	20.284.727
INGRESOS POR CERTEX	-	-	-
VAR. DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS EN PROCESO	2.144.132	2.424.744	436.368
ENERGIA ELECTRICA VENDIDA	-	66.584	70.180
IMPUESTOS ESPECIFICOS E IMPUESTOS A BIENES Y SERV.	61.204.644	61.917.728	62.281.415
ACTIVOS FIJOS CONSTRUIDOS POR CUENTA PROPIA	7.898.423	815.628	1.246.896
VALOR TOTAL DE CONSUMO (INSUMO)	315.672.622	329.973	307.830
INSUMO DE ORIGEN NACIONAL	216.918.426	223.940.059	215.487.413
INSUMOS DE ORIGEN EXTRANJERO	98.754.196	106.033.394	92.342.415
VALOR AGREGADO CON IMPUESTOS NETOS	151.119.628	143.894.035	136.993.282
REMUNERACIONES PAGADAS A PERSONAL PERMANENTE	44.014.478	37.407.233	37.508.578
SUELDOS	24.937.016	21.192.780	21.387.412
SALARIOS	19.077.462	16.214.454	16.121.166
REMUNERACIONES PAGADAS AL PERSONAL EVENTUAL	2.669.804	1.590.875	2.479.826
OTROS GASTOS DE PERSONAL PERMANENTE Y EVENTUAL	7.214.729	5.693.389	5.744.776
VALOR DE DEPRECIACION REALIZADA EN EL AÑO	19.141.518	19.440.247	26.493.083
TRIBUTOS	3.508.787	3.081.732	4.037.054
MONTO NETO DE IMPUESTOS A LOS BIENES Y SERVICIOS	13.748.884	13.471.454	18.532.390
MONTO DE IMPUESTOS ESPECIFICOS	278.699	29.522	-
EXCEDENTE DE EXPLOTACION	60.542.729	63.179.582	42.197.574
VALOR TOTAL DE LA INVERSION ANUAL EN ACTIVO FIJO	30.030.708	19.137.551	8.279.505
DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	3.846.688	13.344.735	4.218.494
TOTAL VENTAS AL EXTERIOR	7.140.718	4.333.869	9.745.606
TOTAL DE VENTAS	409.144	414.855	413.660

Fuente: Encuesta Empresarial Anual – Ministerio de la Producción  
Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 5: Principales indicadores de las empresas del segmento de envases y empaques de papel y cartón, 1998-2000**

<b>PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL Y CARTON, 1998 - 2002 *</b>			
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
NUMERO DE ESTABLECIMIENTO	873	949	956
PROMEDIO ANUAL DE PERSONAS OCUPADAS (Permanente)	9.886	9.729	8.745
EMPLEADOS	3.662	3.549	3.218
OBREROS	6.224	6.180	5.527
VR. BRUTO DE LA PRODUCCION CON IMPUESTOS	466.792	473.867	444.823
VR. TOTAL DE LA PRODUCCION ANUAL	362.566	389.995	348.804
TOTAL INGRESOS POR SERV. INDUSTRIALES Y OTROS	32.978.419	18.647.904	31.983.966
MARGEN COMERCIAL	7.679.542	8.554.299	11.699.239
POR SERV. DE FAB. REP. OTROS SERV. E ING. VARIOS	25.298.876	10.093.606	20.284.727
INGRESOS POR CERTEX	-	-	-
VAR. DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS EN PROCESO	2.144.132	2.424.744	436.368
ENERGIA ELECTRICA VENDIDA	-	66.584	70.180
IMPUESTOS ESPECIFICOS E IMPUESTOS A BIENES Y SERV.	61.204.644	61.917.728	62.281.415
ACTIVOS FIJOS CONSTRUIDOS POR CUENTA PROPIA	7.898.423	815.628	1.246.896
VALOR TOTAL DE CONSUMO (INSUMO)	315.672.622	329.973	307.830
INSUMO DE ORIGEN NACIONAL	216.918.426	223.940.059	215.487.413
INSUMOS DE ORIGEN EXTRANJERO	98.754.196	106.033.394	92.342.415
VALOR AGREGADO CON IMPUESTOS NETOS	151.119.628	143.894.035	136.993.282
REMUNERACIONES PAGADAS A PERSONAL PERMANENTE	44.014.478	37.407.233	37.508.578
SUELDOS	24.937.016	21.192.780	21.387.412
SALARIOS	19.077.462	16.214.454	16.121.166
REMUNERACIONES PAGADAS AL PERSONAL EVENTUAL	2.669.804	1.590.875	2.479.826
OTROS GASTOS DE PERSONAL PERMANENTE Y EVENTUAL	7.214.729	5.693.389	5.744.776
VALOR DE DEPRECIACION REALIZADA EN EL AÑO	19.141.518	19.440.247	26.493.083
TRIBUTOS	3.508.787	3.081.732	4.037.054
MONTO NETO DE IMPUESTOS A LOS BIENES Y SERVICIOS	13.748.884	13.471.454	18.532.390
MONTO DE IMPUESTOS ESPECIFICOS	278.699	29.522	-
EXCEDENTE DE EXPLOTACION	60.542.729	63.179.582	42.197.574
VALOR TOTAL DE LA INVERSION ANUAL EN ACTIVO FIJO	30.030.708	19.137.551	8.279.505
DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	3.846.688	13.344.735	4.218.494
TOTAL VENTAS AL EXTERIOR	7.140.718	4.333.869	9.745.606
TOTAL DE VENTAS	409.144	414.855	413.660

Fuente: Encuesta Empresarial Anual – Ministerio de la Producción  
Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 6: Principales indicadores de las empresas del segmento de envases de vidrio, 1998-2000**

PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES DE VIDRIO, 1998 - 2002 *			
	1998	1999	2000
NUMERO DE ESTABLECIMIENTO	873	949	956
PROMEDIO ANUAL DE PERSONAS OCUPADAS (Permanente)	9.886	9.729	8.745
EMPLEADOS	3.662	3.549	3.218
OBREROS	6.224	6.180	5.527
VR. BRUTO DE LA PRODUCCION CON IMPUESTOS	466.792	473.867	444.823
VR. TOTAL DE LA PRODUCCION ANUAL	362.566	389.995	348.804
TOTAL INGRESOS POR SERV. INDUSTRIALES Y OTROS	32.978.419	18.647.904	31.983.966
MARGEN COMERCIAL	7.679.542	8.554.299	11.699.239
POR SERV. DE FAB. REP. OTROS SERV. E ING. VARIOS	25.298.876	10.093.606	20.284.727
INGRESOS POR CERTEX	-	-	-
VAR. DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS EN PROCESO	2.144.132	2.424.744	436.368
ENERGIA ELECTRICA VENDIDA	-	66.584	70.180
IMPUESTOS ESPECIFICOS E IMPUESTOS A BIENES Y SERV.	61.204.644	61.917.728	62.281.415
ACTIVOS FIJOS CONSTRUIDOS POR CUENTA PROPIA	7.898.423	815.628	1.246.896
VALOR TOTAL DE CONSUMO (INSUMO)	315.672.622	329.973	307.830
INSUMO DE ORIGEN NACIONAL	216.918.426	223.940.059	215.487.413
INSUMOS DE ORIGEN EXTRANJERO	98.754.196	106.033.394	92.342.415
VALOR AGREGADO CON IMPUESTOS NETOS	151.119.628	143.894.035	136.993.282
REMUNERACIONES PAGADAS A PERSONAL PERMANENTE	44.014.478	37.407.233	37.508.578
SUELDOS	24.937.016	21.192.780	21.387.412
SALARIOS	19.077.462	16.214.454	16.121.166
REMUNERACIONES PAGADAS AL PERSONAL EVENTUAL	2.669.804	1.590.875	2.479.826
OTROS GASTOS DE PERSONAL PERMANENTE Y EVENTUAL	7.214.729	5.693.389	5.744.776
VALOR DE DEPRECIACION REALIZADA EN EL AÑO	19.141.518	19.440.247	26.493.083
TRIBUTOS	3.508.787	3.081.732	4.037.054
MONTO NETO DE IMPUESTOS A LOS BIENES Y SERVICIOS	13.748.884	13.471.454	18.532.390
MONTO DE IMPUESTOS ESPECIFICOS	278.699	29.522	-
EXCEDENTE DE EXPLOTACION	60.542.729	63.179.582	42.197.574
VALOR TOTAL DE LA INVERSION ANUAL EN ACTIVO FIJO	30.030.708	19.137.551	8.279.505
DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	3.846.688	13.344.735	4.218.494
TOTAL VENTAS AL EXTERIOR	7.140.718	4.333.869	9.745.606
TOTAL DE VENTAS	409.144	414.855	413.660

Fuente: Encuesta Empresarial Anual – Ministerio de la Producción  
Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 7: Principales indicadores de las empresas del segmento de envases de metal común, 1998-2000**

<b>PRINCIPALES INDICADORES DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES DE METAL COMUN, 1998 - 2002 *</b>			
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
<b>NUMERO DE ESTABLECIMIENTO</b>	873	949	956
<b>PROMEDIO ANUAL DE PERSONAS OCUPADAS (Permanente)</b>	9.886	9.729	8.745
<b>EMPLEADOS</b>	3.662	3.549	3.218
<b>OBREROS</b>	6.224	6.180	5.527
<b>VR. BRUTO DE LA PRODUCCION CON IMPUESTOS</b>	466.792	473.867	444.823
<b>VR. TOTAL DE LA PRODUCCION ANUAL</b>	362.566	389.995	348.804
<b>TOTAL INGRESOS POR SERV. INDUSTRIALES Y OTROS</b>	32.978.419	18.647.904	31.983.966
<b>MARGEN COMERCIAL</b>	7.679.542	8.554.299	11.699.239
<b>POR SERV. DE FAB. REP. OTROS SERV. E ING. VARIOS</b>	25.298.876	10.093.606	20.284.727
<b>INGRESOS POR CERTEX</b>	-	-	-
<b>VAR. DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS EN PROCESO</b>	2.144.132	2.424.744	436.368
<b>ENERGIA ELECTRICA VENDIDA</b>	-	66.584	70.180
<b>IMPUESTOS ESPECIFICOS E IMPUESTOS A BIENES Y SERV.</b>	61.204.644	61.917.728	62.281.415
<b>ACTIVOS FIJOS CONSTRUIDOS POR CUENTA PROPIA</b>	7.898.423	815.628	1.246.896
<b>VALOR TOTAL DE CONSUMO (INSUMO)</b>	315.672.622	329.973	307.830
<b>INSUMO DE ORIGEN NACIONAL</b>	216.918.426	223.940.059	215.487.413
<b>INSUMOS DE ORIGEN EXTRANJERO</b>	98.754.196	106.033.394	92.342.415
<b>VALOR AGREGADO CON IMPUESTOS NETOS</b>	151.119.628	143.894.035	136.993.282
<b>REMUNERACIONES PAGADAS A PERSONAL PERMANENTE</b>	44.014.478	37.407.233	37.508.578
<b>SUELDOS</b>	24.937.016	21.192.780	21.387.412
<b>SALARIOS</b>	19.077.462	16.214.454	16.121.166
<b>REMUNERACIONES PAGADAS AL PERSONAL EVENTUAL</b>	2.669.804	1.590.875	2.479.826
<b>OTROS GASTOS DE PERSONAL PERMANENTE Y EVENTUAL</b>	7.214.729	5.693.389	5.744.776
<b>VALOR DE DEPRECIACION REALIZADA EN EL AÑO</b>	19.141.518	19.440.247	26.493.083
<b>TRIBUTOS</b>	3.508.787	3.081.732	4.037.054
<b>MONTO NETO DE IMPUESTOS A LOS BIENES Y SERVICIOS</b>	13.748.884	13.471.454	18.532.390
<b>MONTO DE IMPUESTOS ESPECIFICOS</b>	278.699	29.522	-
<b>EXCEDENTE DE EXPLOTACION</b>	60.542.729	63.179.582	42.197.574
<b>VALOR TOTAL DE LA INVERSION ANUAL EN ACTIVO FIJO</b>	30.030.708	19.137.551	8.279.505
<b>DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	3.846.688	13.344.735	4.218.494
<b>TOTAL VENTAS AL EXTERIOR</b>	7.140.718	4.333.869	9.745.606
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	409.144	414.855	413.660

Fuente: Encuesta Empresarial Anual – Ministerio de la Producción  
Elaboración: Grupo Consultor

## Dinámica de Comercio Exterior

### *Balanza Comercial*

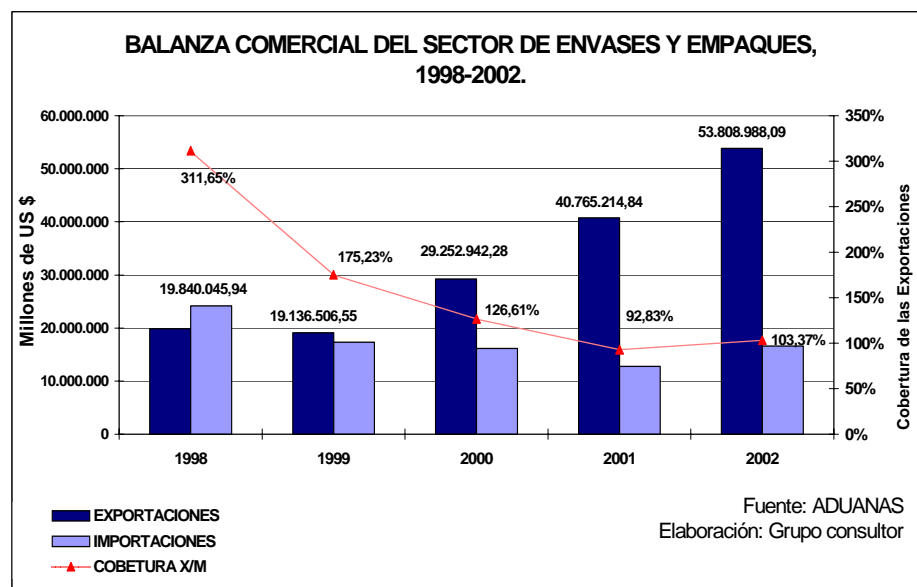
En la sección de dinámica del comercio exterior, se hace un análisis del comportamiento del intercambio comercial peruano del sector de envases y empaques con sus proveedores y clientes internacionales, además de su relación con Colombia, esto se hace a partir de las importaciones y exportaciones del sector en general hasta llegar a una selección y análisis los principales productos, importados por Perú los cuales fueron seleccionados como potencialidades desde el punto de vista de Colombia.

La balanza comercial del sector durante el periodo 1998-2002 tuvo un comportamiento superavitario al final del periodo, especialmente por el crecimiento de sus exportaciones, las cuales alcanzaron un valor de US\$ 53.808.988 en el 2002, lo que represento un crecimiento del 171% con respecto a 1998 cuando la balanza comercial de este país mostraba un comportamiento deficitario con un valor exportado de 27.388.341.

Es importante recalcar el hecho que desde 1999 la balanza es superavitaria principalmente por el desarrollo y crecimiento del mercado peruano, y de una caída de las importaciones en 1999 lo que ocasionó que en los años siguientes la tendencia importadora se paralizara, conservando los mismos niveles hasta el año 2002 cuando vuelve a haber un crecimiento el cual alcanza un valor de US\$52.071.075. Aún cuando las importaciones aumentaron, no alcanzaron los niveles mostrados en 1998 cuando estas representaron un valor de US\$ 61.832.308.

Este comportamiento del sector exportador se debe principalmente a que los empresarios del sector están buscando soluciones alternas a su producción, pues aunque el crecimiento de la industria alimenticia y de bebidas jalone fuertemente el mercado no es lo suficientemente grande y sólido para que las empresas de envases y empaques generen mayor rentabilidad y ocupen toda la producción de su capacidad de instalada.

**Gráfica 6: Balanza Comercial del Sector de Envases y Empaques, 1998 – 2002.**



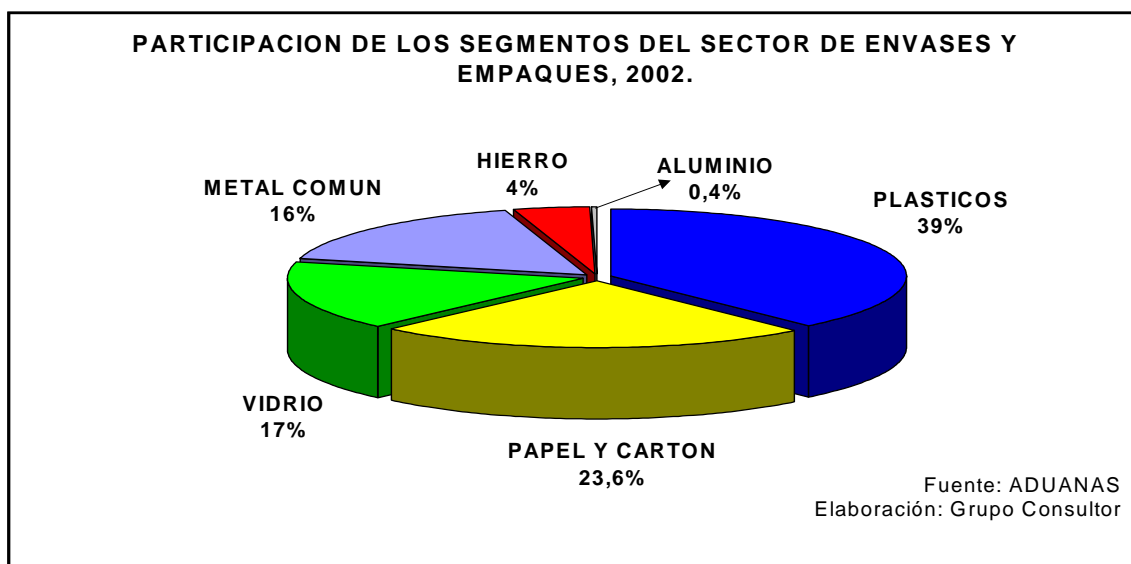
### Importaciones del Sector

Según las cifras presentadas por ADUANAS, y de acuerdo con la clasificación desarrollada por este estudio el principal segmento de productos importados por este sector en el año 2002 fue el de plásticos, con una participación del 39% seguido por el de papel y cartón, con el 24%; los cuales han perdido posicionamiento desde 1998 cuando tenían el 41.6% y el 41.5% correspondientemente.

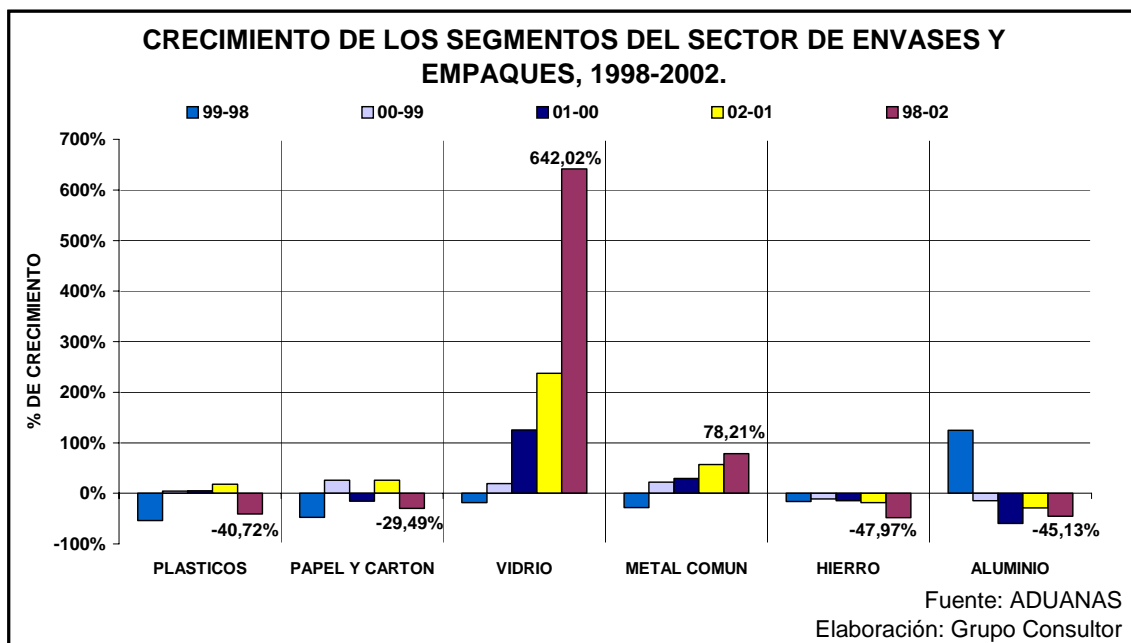
Mientras segmentos como el de vidrio, metal común y el hierro han ganado participación, siendo que en 1998 alcanzaban cifras del 7.6%, 6%, 3.3% respectivamente, y en el caso del segmento de aluminio, en este año no se mostraron importaciones.

Estos comportamientos son explicados por las variaciones que muestran las importaciones de las categorías de los respectivos segmentos. Pues en el caso del segmento de plásticos, el nivel de las importaciones decrecieron en un 40.72%, esto influenciado por el crecimiento y desarrollo interno de la industria plástica como resultado del boom de la industria de las gaseosas económicas y el cambio en las preferencias de consumo reemplazando el consumo de ciertos productos anteriormente envasado en vidrio o cartón por envases de plástico.

**Gráfica 7: Participación de los segmentos del sector de envases y empaques, 2002.**



**Gráfica 8: Principales importaciones del sector de electrodomésticos peruano por posición, 1998 – 2002.**





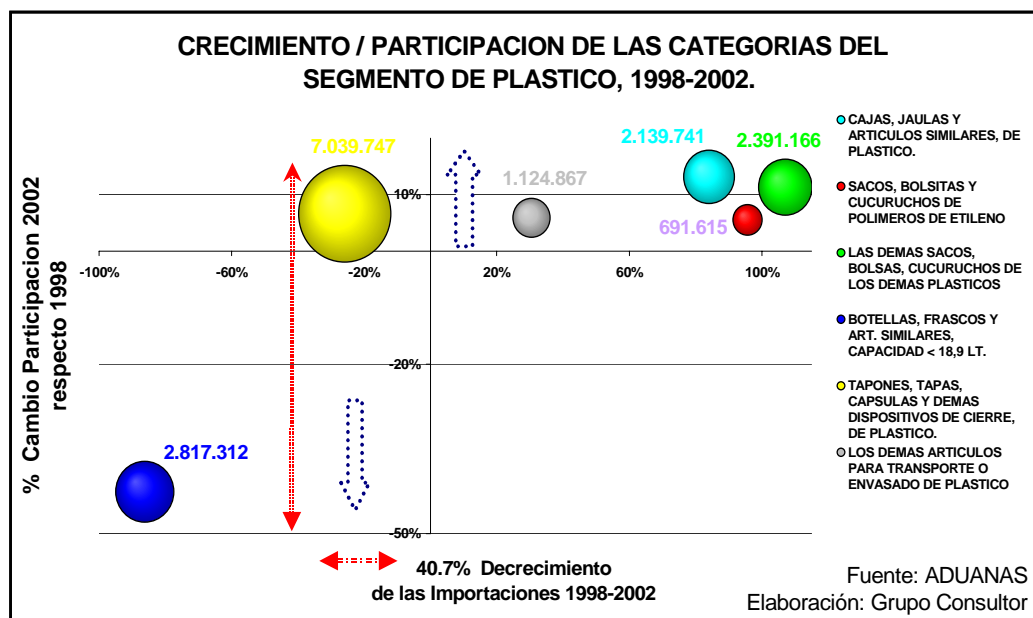
En cuanto a la evolución del segmento de papel y cartón, las importaciones decrecieron en un 29.49% debido principalmente porque las empresas del sector han profundizado sus esfuerzos en atender a los consumidores de este producto. El desarrollo de este mercado ha ido de la mano con el incremento de las exportaciones de productos agrícolas como las frutas, hortalizas, flores, entre otros productos; los cuales se venden en el mercado externo empacados en cajas de cartón.

De igual forma el decrecimiento de los segmentos de hierro y aluminio los cuales llegaron a ser del 47.9% y 45.1%, en el periodo 1998 – 2002 respectivamente. Motivados principalmente por la disminución del consumo interno de los empaques y envases flexibles biorientados.

Por otro lado, el crecimiento de los segmentos de vidrio y metal común, correspondientes al 242% y 78,21% respectivamente, esta ligado al desarrollo de la industria cervecera y agroindustrial, en especial en las ramas de conservas destinadas a la exportación.

Ahora bien, para llegar al detalle de la evolución de las diferentes categorías, y hacer una selección de las categorías con potencial en Perú, se utilizará la matriz crecimiento participación.

**Gráfica 9: Crecimiento participación de las categorías del segmento de plástico, 1998 – 2002<sup>17</sup> ..**



Este segmento, como se había mencionado en el capítulo de Información General, esta compuesto por seis posiciones arancelarias o categorías de producto, las cuales se fabrican en Colombia y actualmente se exportan a diferentes países. No obstante en relación con las importaciones realizadas por Perú durante el periodo 1998 – 2002, en estas mismas categorías, se puede apreciar que cuatro de ellas se ubican en el cuadrante de potencialidad debido a su evolución con respecto a la participación y a su crecimiento en valor.

Es importante destacar que estas categorías están creciendo dentro de un segmento viene presentando tendencias de decrecimiento del 40.7% y por tal motivo, cuando se llega específicamente al análisis de producto, se podría concluir que son artículos con un alto contenido de

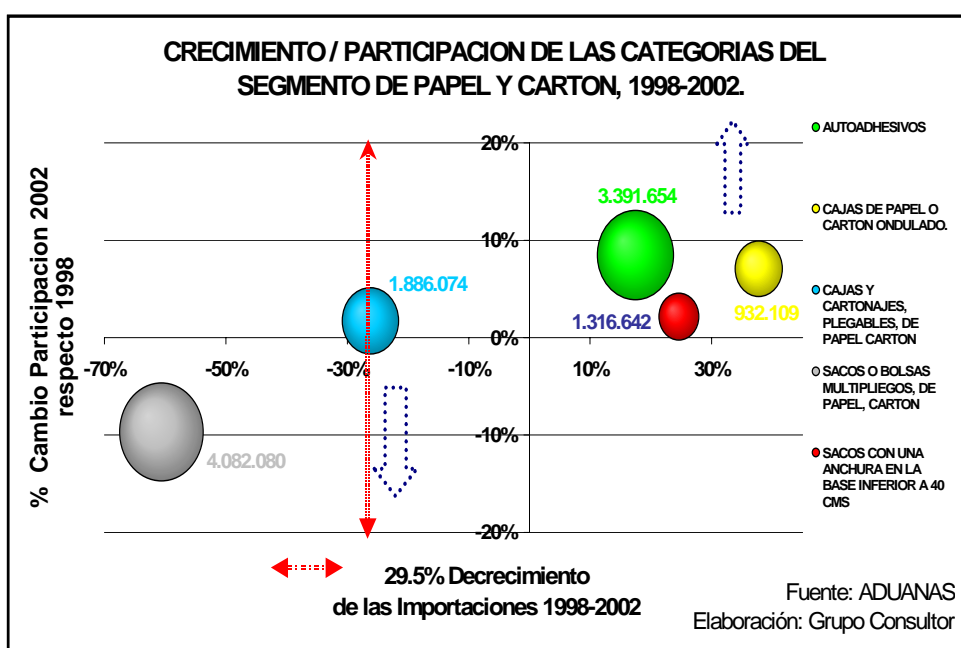
<sup>17</sup> La gráfica se debe interpretar de la siguiente manera: El eje horizontal (X) muestra el crecimiento de las importaciones experimentado en el período de análisis (1998-2002); el eje vertical (Y), por su parte, muestra el cambio en la participación de mercado del período (participación del año final menos participación del año inicial). La línea punteada indica el crecimiento de las importaciones del sector 1998-2000.

De esta forma, en el cuadrante superior derecho aparecen las partidas que han incrementado sus importaciones y su participación de mercado; en el cuadrante inferior derecho aquellas que han incrementado las importaciones pero han perdido participación. Los cuadrantes izquierdos evidencian partidas que han disminuido las exportaciones colombianas a Perú, registrando en la parte superior aquellas que además han incrementado su participación de mercado, y en el inferior, aquellas que la han perdido.

valor agregado que motivan a este mercado a continuar la compra en el exterior.

Las categorías de producto que se definen como potenciales en el segmento de plásticos son los que se exportan bajo las categorías de los demás artículos para transporte o envasado de plástico (3923900000); cajas, jaulas y artículos similares, de plástico (3923100000); sacos, bolsitas y cucuruchos de polímeros de etileno (3923210000); y, los demás sacos, bolsas, cucuruchos de los demás plásticos (3923290090). Entre las empresas que más se destacan por la importación de estos productos potenciales se encuentran compañías de cosméticos como CETCO, laboratorios como Trifarma, empresas de alimentos, entre otras.

**Gráfica 10: Crecimiento / Participación de las categorías del segmento de Papel y Cartón, 1998 – 2002.**

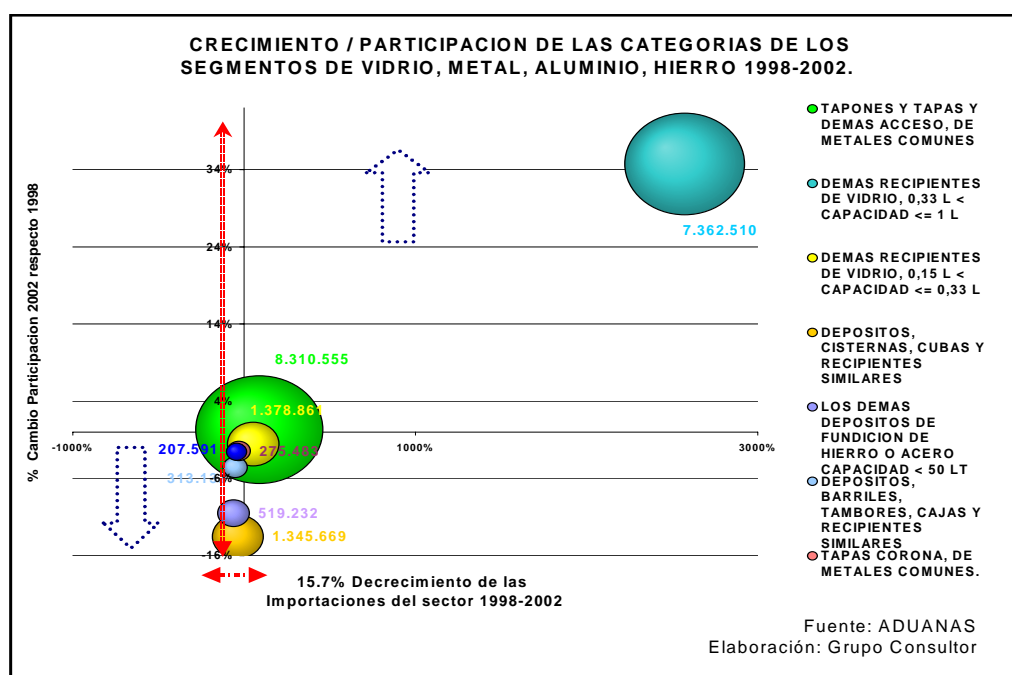


En referencia al segmento de papel y cartón se puede apreciar en la gráfica que las categorías potenciales son los autoadhesivos (4811410000); sacos con una anchura en la base inferior a 40 cms, (4819400000); y, cajas de papel o cartón ondulado (4819100000). En los cuales se destacan compañías como Adehesic, empresas de alimentos y agroindustriales como Alicorp y Norfruit, y algunas cartoneras como la empresa Cartones Villa Marina.

Adicionalmente, el decrecimiento de las importaciones del segmento y el desarrollo de la industria local, al igual que en plásticos hace que los productos que se comercializan bajo las categorías anteriormente descritas tengan componentes de alto valor agregado y que compitan en una buena relación de precio.

Esto como consecuencia de que a diferencia del segmento de plásticos, donde los fabricantes de productos son completamente dependientes de insumos importados por no tener industria petroquímica, y en los cuales los precios de estos insumos subieron por los acontecimientos del mercado mundial, mientras que en el segmento de papel, los precios producción de pulpa madera vienen en una tendencia hacia la baja.

**Gráfica 11: Crecimiento / Participación de las categorías de los segmentos de vidrio, metal, aluminio, 1998 – 2002.**



En cuanto a los otros segmentos, se puede apreciar que las categorías que se ubican en el cuadrante de potenciales son los demás recipientes de vidrio, de capacidad mayor a 0,33lt pero inferior a 1lt (7010902000); los demás recipientes de vidrio, de capacidad superior a 0,15 lt, pero menor que 0,33 lt (7010903000); y, los tapones y tapas y demás

accesorios, excluidas las tapas corona, de metales comunes (8309900000).

Entre las principales empresas importadoras de estas categorías se encuentran empresas productoras de vidrios como Compañía Manufacturera de Vidrio, las cuales buscan complementar su portafolio con productos que demande el mercado y que sean más competitivos en precio en el mercado externo. Las embotelladoras como Embotelladora Frontera SA. En el caso de metal común, Owens Illinois, que aunque es la principal productora de envases de vidrio, complementa el servicio a sus clientes ofreciéndole las tapas para sus productos.

Por otro lado, los segmentos que no se consideran como potenciales por su ubicación en el cuadrante inferior izquierdo, son las categorías correspondientes a los segmentos de aluminio, hierro y acero, y una categoría del segmento de metal común (tapas corona).

Adicionalmente, la categoría de fibras naturales solo registró importaciones en el año 2001, por un valor de USD12.018, lo cual a pesar de que Colombia exporta cantidades importantes de este producto, Perú no muestra un interés en comprar este tipo de productos, en especial como fue indicado anteriormente porque en el mercado local se pueden adquirir productos similares.

#### *Origen de las Importaciones de los Principales Productos*

Los principales orígenes para los productos del sector de envases y empaques según su participación en el valor de sus ventas son Colombia, el cual representa el 25% de las compras registradas en el 2002, alcanzando el valor de US\$ 12.736.728; seguido por España, con el 13%, y valores de US\$ 6.276.361; Estados Unidos, con el 9% alcanzando la suma de los US\$ 4.535.931; Chile, con el 8%, US\$4.338.789 del total importado. También se registran importaciones de Ecuador, Austria, Italia, Brasil, entre los más importantes.

Dentro de este análisis es importante determinar el origen que tiene las importaciones de cada uno de los segmentos y en especial de las categorías que se determinaron como potenciales, para así llegar a un acercamiento del origen de la competencia que se encuentra en el mercado.

Empecemos por España, país que se encuentra como el segundo país con más participación en las importaciones de este sector, su composición comercial con Perú, está distribuida en segmento de metal común, 88.7%; papel, 4.6%; vidrio, 4.2%; plástico, 2.4%. En el periodo 1998 – 2002, ha crecido el nivel de sus exportaciones en un 304%, influenciado principalmente por la categoría de tapas, tapones y accesorios diferentes a tapas corona, en la cual se posesiona como el principal proveedor de este segmento.

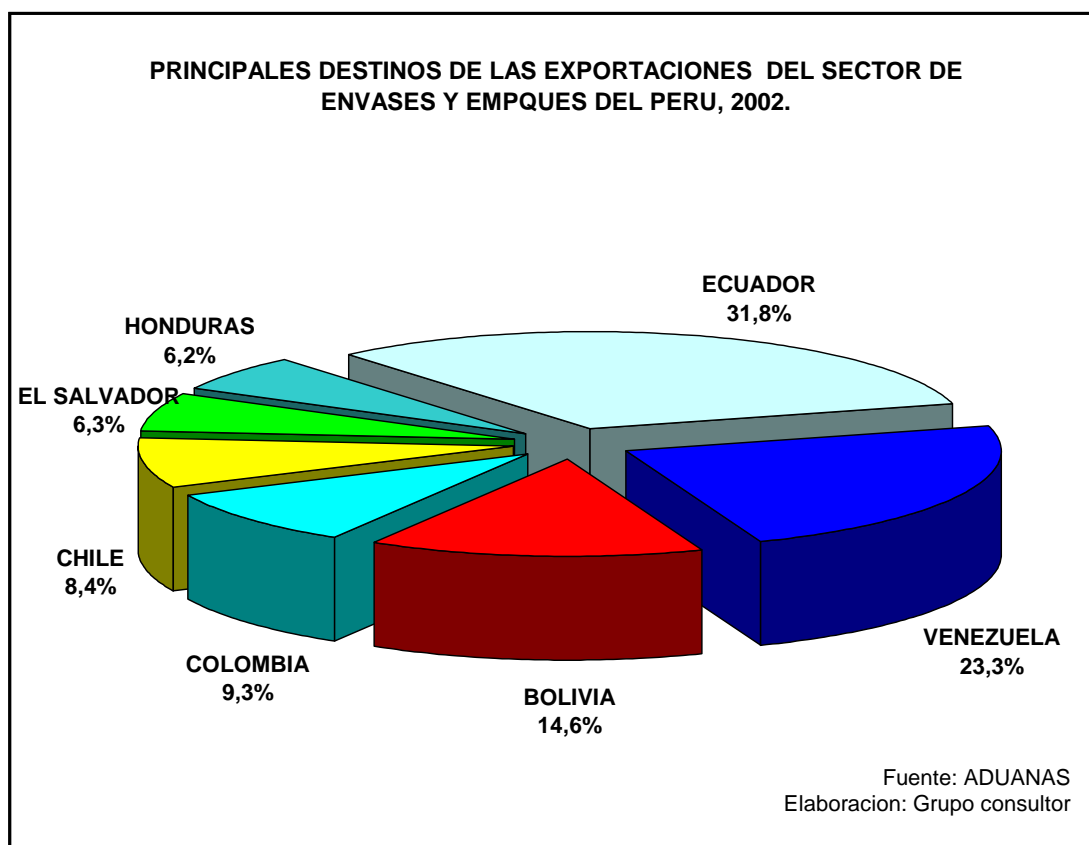
Seguido por Estados Unidos, compuesto en un 43.9% por el segmento de plástico, 42.1% por papel y cartón, 12.9% por metal común y un 0.96% de vidrio. Es importante resaltar que en el periodo de análisis, las importaciones provenientes de este país han decrecido en un 56%, haciéndose evidente en los segmento de metal común y cartón.

En cuanto a Chile, con una composición del 44% por el segmento de plástico; 28.9%, papel; 19.16%, por vidrio y el 7.89% por metal común. En el 2002 los productos amparados bajo esta categoría incrementaron su nivel de ventas hacia el Perú en un 28.4% con respecto a 1998. Principalmente por las categorías de cajas, jaulas y artículos similares de plástico; sacos bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno; las demás bolsas de los demás plásticos y en menor medida por la categoría de los demás recipientes de vidrio, de capacidad superior a 0,33 lt pero inferior a 1 lt.

Ecuador, como el quinto origen de las importaciones peruanas, se compone del 67%, por productos bajo el segmento de papel y cartón, 31% por el segmento de metal común, 0.48% por plástico y un 0.01% por vidrio. Cabe destacar que el crecimiento de este los artículos producidos en este país creció en el periodo a una tasa del 351%, especialmente en las categorías de cajas de papel o cartón ondulado, tapones y tapas y demás accesorios, excepto tapas corona, de metales comunes, principalmente.

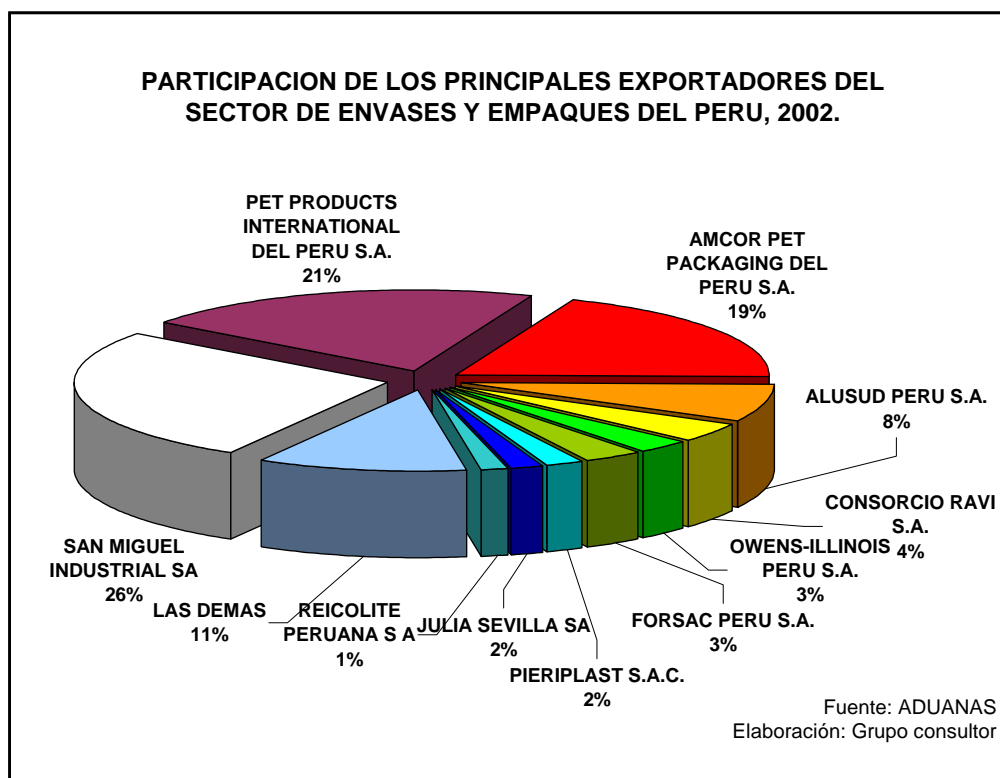
Austria, por su parte, se muestra como el sexto país proveedor del mercado peruano, pero su participación se encuentra principalmente en los productos que no se definieron como potenciales (sacos o bolsas multipliegos, de papel, cartón, guata o napa), y que su comportamiento de ha venido decreciendo en el nivel importado, durante todo el periodo. Pero que en el caso de este país las ventas han incrementado considerablemente pasando de no vender en 1998 a US\$ 2.527.275 en 1999 y mantener una tendencia estable durante todo el periodo hasta el 2002.

**Gráfica 12: Principales destinos de las exportaciones del sector de envases y empaques del Perú, 2002**



Los principales de las exportaciones peruanas del sector son países Sur Americanos y Centro Americanos, entre los cuales se encuentran países que por su cercanía le asignan una ventaja competitiva a los productos.

**Gráfica 13: Participación de los principales exportadores del sector de envases y empaques del Perú, 2002.**



Los principales exportadores del sector San Miguel Industrial, Pet Products International del Perú, Amcor Pet Packing del Perú, son empresas del segmento de plástico, que han venido presentando crecimientos interesantes del 3016%, 6831% y 203% en el último quinquenio.

#### *Exportaciones Peruanas del Sector de Envases y Empaques*

El comportamiento exportador peruano en el sector de envases y empaques ha venido presentando crecimientos importantes debido al desarrollo de nuevos productos al interior del país y a la saturación del mercado en este país.

El segmento que más relevancia tiene en este sector es el de plástico que a pesar que el Perú, no cuenta con industria petroquímica es

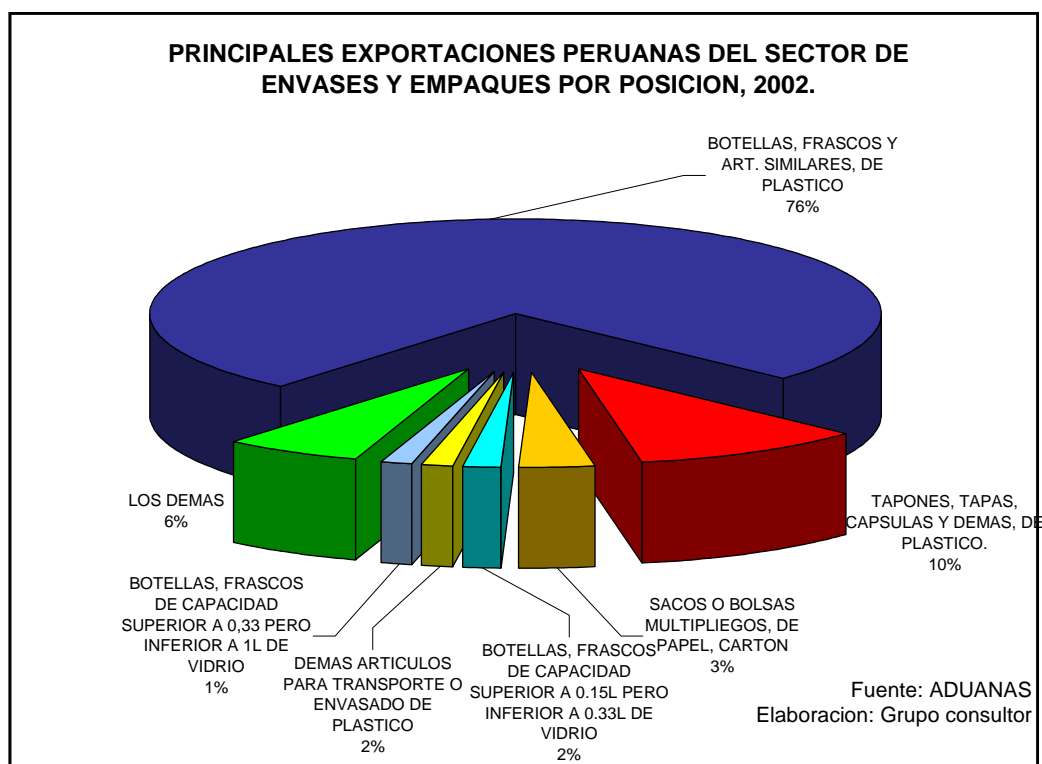


importante resaltar el desarrollo alcanzado en este segmento, el cual es atribuido a la inversión en la adquisición de maquinaria y equipos nuevos, para abastecer la demanda de las industrias a las cuales proveen.

Un factor importante de este desarrollo es como se había mencionado antes el crecimiento de la industria alimenticia y de bebidas, pero los empresarios son conscientes de que el mercado está deprimido y que para mejorar su competitividad y alcanzar a ocupar toda su capacidad instalada se debe incursionar en los mercados externos.

Con esta conciencia, las empresas del sector han elevado sus estándares de calidad y la innovación de nuevos productos para el mercado.

**Gráfica 14: Principales Exportaciones peruanas del Sector de envases y empaques por posición, 2002.**



El comportamiento y evolución de esta actividad muestra que entre 1998 y 2002 esta industria creció en un 171%%, pues en el 98 las exportaciones alcanzaron los US\$ 19.840.046, mientras en el 2002 alcanzó la cifra de US\$ 53.808.988,.

El producto que más representatividad ha tenido dentro de la labor exportadora en el año 2002 fueron las botellas, frascos y art. similares, de plástico, con un crecimiento del 688%, pues en 1998 exportó US\$ 5.167.580, y en el 2002 alcanzó un valor de UD\$ 40.743.411.

En segundo lugar, se encuentran las tapones, tapas, cápsulas y demás, de plástico, que participó con el 10% del total exportado, y creciendo en un 119% , los valores alcanzado en el 2002 fueron de US\$ 5.563.495, mientras en 1998 llegaron a ser de US\$ 2.070.176

Es importante destacar el comportamiento de categorías como, los sacos o bolsas multipliegos, de papel, cartón las cuales crecieron un 83% en el mismo periodo; los demás artículos para transporte o envasado de plástico, creciendo en un 70%.

Como se puede apreciar la actividad exportadora peruana esta comprendida por productos plásticos. Lo cual evidencia la situación de crecimiento y expansión que viene presentando esta industria.

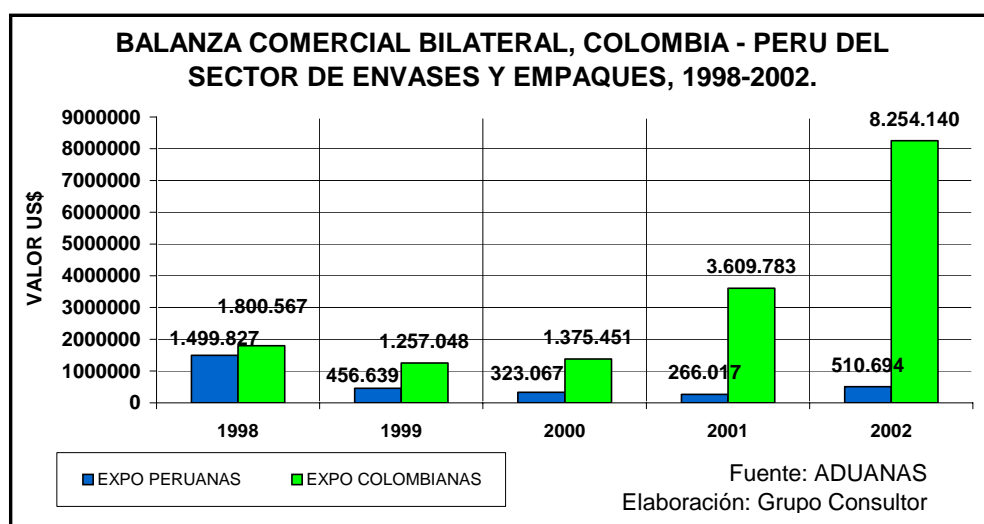
En el año 2002, República Dominicana fue el principal destino de los productos peruanos de exportación en este sector, al participar con el 31.52%, seguido por Honduras con 16.89%, Venezuela con el 14.51% del total del destino de las exportaciones. Otros destinos son Trinidad y Tobago, Ecuador y Panamá, entre los más sobresalientes.

Es importante destacar que el decrecimiento de las exportaciones se debe principalmente a la caída de las compras del mercado dominicano a la empresa Bosch, en neveras tipo no frost. Por otro lado, la reducción también se debió a la pérdida de mercados como el cubano, el de Costa Rica y Alemania en la categoría de Cocinas de Gas. Mientras Bolivia ha sido el principal destino de las exportaciones de estos productos.

#### *Comercio Bilateral, Productos Focalizados*

Como se ha observado a lo largo del estudio Colombia ha tenido participación en el sector de envases y empaques peruano como el principal origen de las importaciones de este sector.

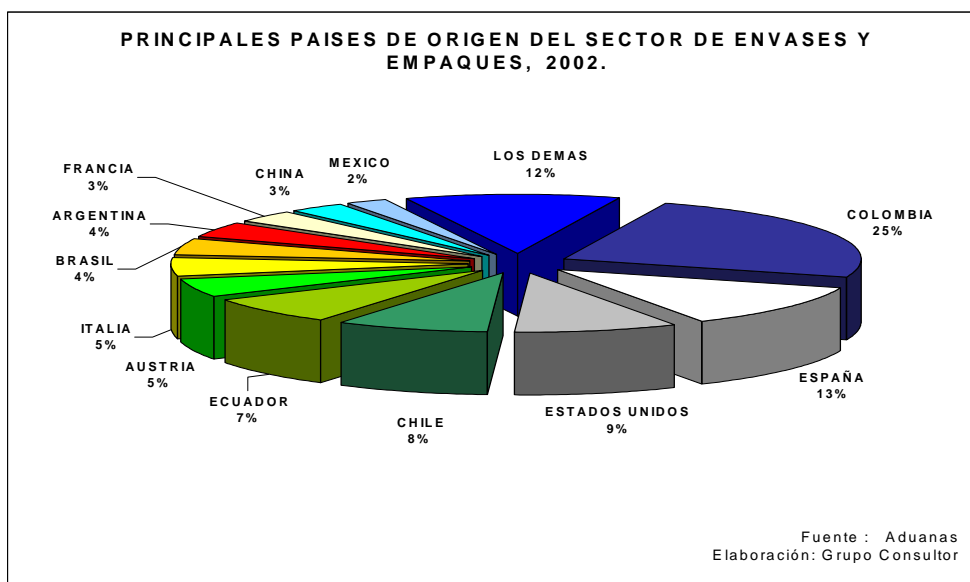
**Gráfica 15: Balanza Comercial bilateral, Colombia - Perú del sector de envases y empaques, 1998 - 2002.**



El crecimiento de las importaciones de productos colombianos ha sido importante dentro del sector. La mayor participación está concentrada en los productos potenciales del segmento de vidrio, el cual alcanzó en el 2002 un valor de US\$ 3,883,206; seguido por el segmento de papel, el cual alcanzó los US\$ 1,706,756, movido principalmente por la categoría de papel autoadhesivo; y en menor medida por el segmento de plástico el cual participó con el 9%. Los segmentos más dinámicos y que mostraron crecimiento fueron los de plástico y papel que en el periodo 1998 – 2002 registraron un 14.5% y un 57% respectivamente. Mientras el segmento de metal común, viene registrando un decrecimiento del 23%.

En cuanto a las exportaciones realizadas por las empresas peruanas a Colombia, la tendencia es de decrecimiento, pues entre 1998 y 2002 registró una caída del 61%. Aunque es importante resaltar que a pesar de este comportamiento general, el segmento de papel muestra un comportamiento positivo (48.7%).

**Gráfica 16: Principales países de origen del sector de envases y empaques, 2002.**

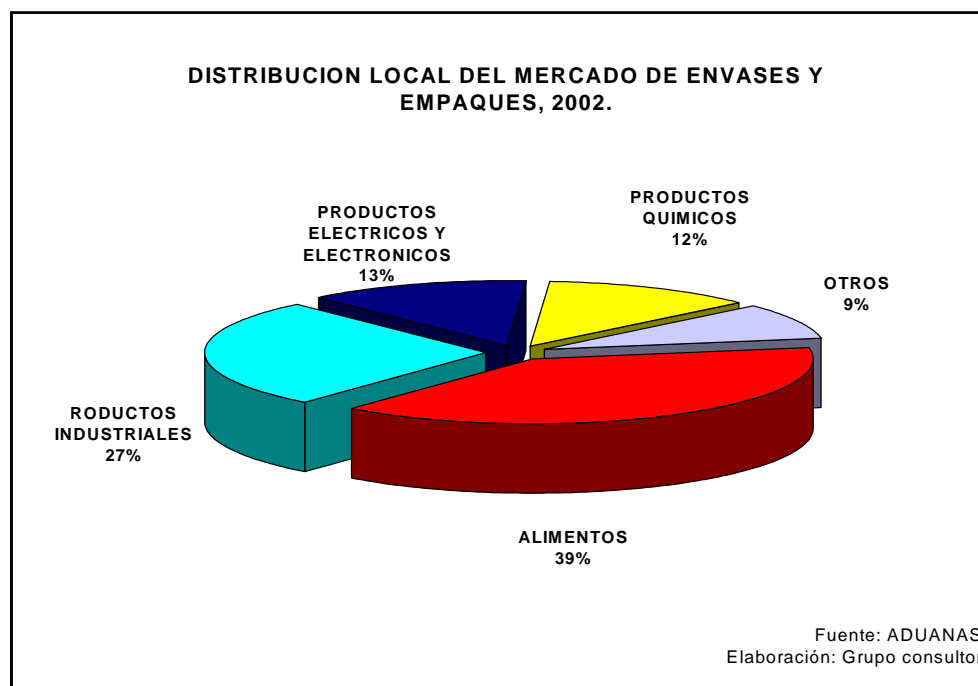


### Descripción del Mercado

Se considera que la oferta local de envases y empaques en el Perú está destinada a suplir en un 39% la demanda de las empresas de productos alimenticios, un 27% de productos industriales, 13% a productos eléctricos y electrónicos, un 12% al sector químico y un 9% a otros entre los que se encuentran confecciones. El valor total de la producción alcanza los US\$675 millones<sup>18</sup>, según indicaciones de IPENBAL, lo que equivale aproximadamente a una participación del 1.5% del PIB con fuertes perspectivas de crecimiento, sustentadas en el comportamiento positivo de la economía y en el aumento del consumo interno, así como en una preocupación en el entorno empresarial por mejorar la calidad y presentación de sus productos para llegar a ser competitivos en un entorno económico de apertura.

<sup>18</sup> SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIA, Industria Peruana, Industria del Envase crecería 2,7% en el 2002.

**Gráfica 17: Distribución local del mercado de envases y empaques, 1994.**



Es importante mencionar que la dinámica del mercado de productos de envases y empaques esta sujeta a las soluciones innovadoras que las empresas ofrezcan y a la concepción de productos personalizados o mejor adaptados a las necesidades del empresario peruano, así como del consumidor final que es la población en general. Esto con el fin de que el consumidor establezca una relación de identidad con el producto peruano, y contribuya al posicionamiento de la empresa como una compañía nacional.

Por otro lado, otro factor a tener en cuenta es la situación económica de los consumidores y la cantidad que están dispuestos a pagar por productos que les ofrezcan. La aceptación del producto en este mercado lo determina la relación precio / beneficio y el mayor valor agregado que se obtenga de los productos. Además, uno de los puntos más importantes del desarrollo de este mercado radica en el hecho que la población comienza a considerar aspectos como marca, calidad, salud, presentación, diseño como elementos importantes al momento de hacer una compra en todos los sectores.

### Descripción del Mercado por Segmentos

El mercado de envases y empaques, se encuentra actualmente en crecimiento y expansión, y se caracteriza por el incremento de la tendencia importadora de los segmentos de papel, vidrio y metal común, así como un aumento general de la producción.

Este aumento Incremento que, como se puede calcular a partir de la tabla de Indicadores Estratégicos, ha representado durante el periodo de análisis el 210.24%, 12.23%, 40.91% para los segmentos de plástico, papel y metal común respectivamente. El caso contrario sucede con respecto a la producción del segmento de vidrio, la cual disminuyó en 32% y viene recuperándose después de la reestructuración interna del sector en Perú y el cambio de dinámica en el mercado, debido a la entrada de la nueva empresa del sector (Owens Illinois).

En el caso de las importaciones, se puede concluir que el crecimiento ha sido muy interesante alcanzando variaciones del 4414% en el segmento de plásticos, 20,40% en papel , 1010% en vidrio y 108% en metal común.

Adicionalmente, el comportamiento del rubro exportador ha mostrado incrementos en los segmentos de papel y metal común, en un 295% y un 72% respectivamente. Por su parte, los segmentos de plástico y vidrio, registraron disminuciones del 40.5% y 84%. La tendencia de este sector es a incrementar el volumen de sus exportaciones como consecuencia de una subutilización de la capacidad instalada de las empresas del sector, la cual actualmente se encuentra en un 55%<sup>19</sup> de su capacidad total de producción.

---

<sup>19</sup> SÍNTESIS, Sectores Económicos, Envases Registró Crecimiento en el primer trimestre, Abril del 2002

Tabla 8: Indicadores Estratégicos, 1998 - 2000.

INDICADORES ESTRATÉGICOS 1998 - 2002 <sup>20</sup>							
SEGMENTO		UN	1998	1999	2000	2001	2002
PLASTICO	PRODUCCION <sup>21</sup>	KG	45.059.706	59.441.410	115.648.950	129.146.254	139.792.433
	IMPORTACION	UN	66.974.495	91.533.287	183.272.785	89.182.492	344.279.403
	EXPORTACION	UN	139.486.243	17.157.871	16.696.711	40.777.153	82.943.709
PAPEL	PRODUCCION <sup>22</sup>	UN	132.698.000	165.147.000	131.746.000	126.535.000	148.922.000
	IMPORTACION	UN	26.123.226	16.011.467	25.845.644	27.672.248	31.453.455
	EXPORTACION	UN	927.480	555.587	1.039.390	1.305.859	3.664.629
VIDRIO	PRODUCCION <sup>23</sup>	UN	338.346.000	298.784.000	255.736.000	223.227.000	229.860.000
	IMPORTACION	UN	6.953.809	5.465.707	7.085.817	26.851.955	77.199.038
	EXPORTACION	UN	69.271.836	19.747.487	22.026.135	16.735.822	10.886.521
METAL COMUN	PRODUCCION <sup>24</sup>	KG	74.664.381	72.515.425	94.074.049	86.981.321	105.206.728
	IMPORTACION	KG	1.162.070	808.067	907.697	1.577.349	2.424.190
	EXPORTACION	KG	20.325	12.244	11.635	9.567	34.964

Fuente : Ministerio de la Producción, ADUANAS

Elaboración : Grupo Consultor

<sup>20</sup> Datos de explotación e importación se manejan sobre la base de productos potenciales.

<sup>21</sup> La producción de productos plásticos es medida de acuerdo a la cantidad en Kg. que se consume de materia prima, entre las que se incluyen polietileno, poliestireno, polipropileno, P.V.C. , plastificantes D.O.P, Masterbatch, Sulfato Tribásico de Plomo, Resina Pet para Envases.

<sup>22</sup> Producción de cajas de cartón y sacos multipiegos.

<sup>23</sup> Producción de Botellas para Gaseosas, Envases para Alimentos, Botellas para Vinos y Licores, Frascos para Droguería, Botellas para Cerveza.

<sup>24</sup> La producción de productos de metal común es medida de acuerdo a la cantidad en Kg. que se consume de materia prima, entre las que se incluyen Bobinas de Fierro, Planchas de Fierro, Alambres Diversos, Alambres Galvanizados, Planchas y Bobinas de Fierro, Hojalata Electrolítica, Planchas y Bobinas de Acero Inoxidable, Discos de Aluminio, Discos de Acero Inoxidable.

Distribución de las Plantas Productivas**Tabla 9: Concentración geográfica de la producción, 2000**

CONCENTRACION GEOGRAFICA DE LA PRODUCCIÓN, 2000						
Región	Productos de plástico		Envases de papel y cartón		Productos de vidrio	
	Número	Participación	Número	Participación	Número	Participación
Lima	872	85,30%	81	84,40%	222	70,48%
Callao	55	5,40%	6	6,30%	19	6,03%
La Libertad	23	2,30%	5	5,20%	-	-
Arequipa	22	2,20%	-	-	11	3,49%
Ica	-	-	-	-	9	2,86%
Otros	50	4,90%	4	4,20%	54	17,14%
Total	1022	100,00%	96	100,00%	315	100,00%

Según las últimas estadísticas oficiales disponibles, el sector formal de productos de plástico, fabricación de papel y cartón y envases de papel y cartón, y la producción de artículos de vidrio, estuvo distribuido en más de un 80% por empresas ubicadas en Lima, mientras regiones como Arequipa, y La Libertad, participaron en una menor proporción.

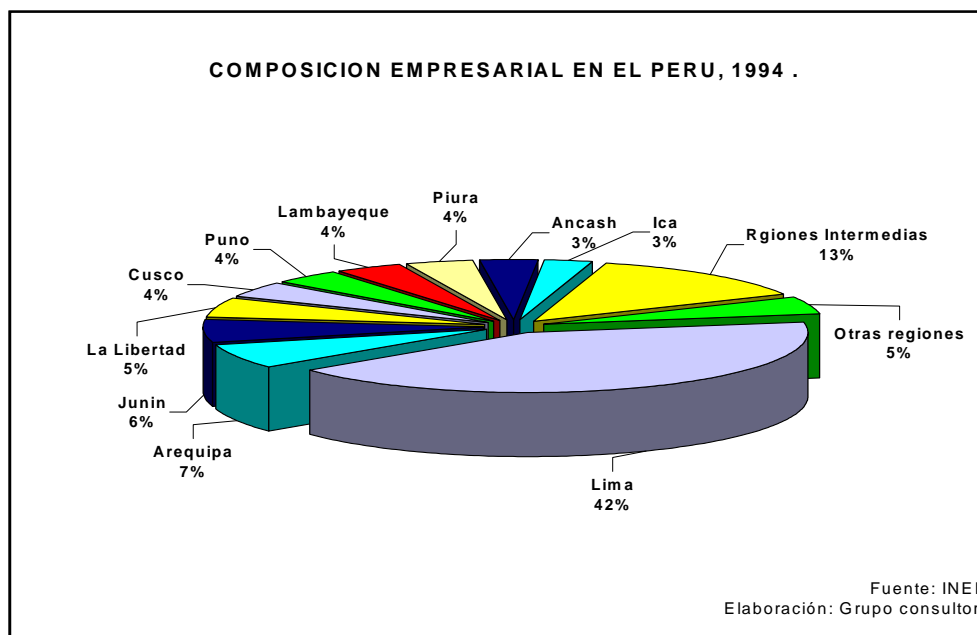
Esto demuestra la importancia y la alta concentración de la producción y la comercialización de estos productos en la ciudad de Lima. Además, no solo tiene en cuenta las empresas productoras, sino también las principales compañías importadoras y comercializadoras, las cuales tienen sus locales e infraestructura administrativa y comercial en esta ciudad.

Sin embargo, dependiendo de la estrategia de comercialización que haya diseñado la empresa se abren también oficinas, centros de distribución o plantas productivas en otros puntos del país o fuera del mismo.

Es importante mencionar que en los datos del gobierno se incluyen, en cada uno de los segmentos, la ubicación geográfica de otras empresas que participan con actividades relacionadas dentro del sector, pero que no componen necesariamente el sector de envases y empaques.

Además, en esta caracterización se incluyen las micoempresas, las pequeñas empresas, las medianas y las empresas grandes.



Distribución Geográfica del Mercado**Gráfica 18: Composición Empresarial en el Perú, 1994.**

Perú se caracteriza por ser un país en el cual su capital, Lima, concentra casi un 70% del mercado de consumo, y en el ambiente empresarial, concentra el 42% de toda la industria presente en este país<sup>25</sup>. Esto la posiciona como la región más desarrollada.

En segundo nivel se encuentran regiones como Arequipa, Junín, Cusco, Puno, Lambayeque, Piura, Ancash, e Ica, las cuales representan el 39% de la concentración empresarial. A continuación se encuentran las regiones Intermedias como Cajamarca, Huanuco, San Martín, Loreto, Ayacucho, Ucayali, Tacna y Huancavelica, que representan el 13%. Mientras el restante 6% lo componen regiones con menor desarrollo y menor concentración de empresas, las cuales son: Pasco, Apurímac, Amazonas, Tumbes, Moquegua y Madre de Dios.

<sup>25</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMATICA DEL PERU. III Censo Nacional Económico 1993 – 1994 (CENEC).

Lima, siendo el principal foco empresarial se caracteriza por ser una región con un comportamiento altamente comercial, además de ser centro político y financiero. Lima la ciudad importadora por la cual ingresan la mayor parte de las mercancías provenientes del extranjero, y cuya producción se destina a cubrir el mercado nacional incluyendo las provincias con artículos de mayor valor agregado. Sin embargo, es abastecida de productos agrarios y alimentos desde el interior.

La integración territorial de Lima con las demás regiones del país se efectúa por medio de tres ejes: la Carretera Panamericana, la cual une al norte con el sur del país conectando en sus respectivas fronteras, límites con Ecuador, Chile y Bolivia; la Carretera Central, que une el este con el oeste y permite la conexión de la sierra con la selva; y el Puerto del Callao y el Aeropuerto Jorge Chávez, los cuales son a su vez conexiones internacionales. Es importante, resaltar que la comunicación por cada una de las vías se realiza a través de esta ciudad.

Los principales centros productivos de la ciudad se encuentran ubicados a lo largo de la línea del ferrocarril del centro que se inicia en el Callao, en las avenidas Panamericana Norte y Sur, y la avenida Tupac Amaru, alrededor de la cual hay adicionalmente concentración de viviendas y comercio.

La estructura urbana y comercial que se ha desarrollado en Lima se divide en siete zonas. Comercialmente, las zonas de centro, sur oeste y sur este son considerados como el “market”, lo cual influye considerablemente en la distribución y comercialización de productos de consumo masivo como son alimentos y productos de limpieza, aseo y uso personal; mientras los conos representan una forma especial de realizar esta labor mediante el uso de distribuidores. Cabe destacar que esta segmentación esta siendo eliminada debido a la presencia de los supermercados y los nuevos conceptos de comercialización como hipermercados y supermercados, los cuales anteriormente estaban implementados solo en lima tradicional, y que ahora se extienden a estas zonas.

Las regiones de segundo nivel y las regiones intermedias, están sujetas al desarrollo económico y comercial de Lima, razón por la cual no son independientes y no se vuelven competitivas por si mismas. Adicionalmente, la actividad principal de estas regiones es la actividad agrícola y agroindustrial, proveyendo de insumos a la capital.

Lo importante en la distribución geográfica del mercado es que los productos importados llegan a Lima, y así como en el caso de la producción local que principalmente se ubica en la capital, y desde ahí

se coordina la actividad logística con los diferentes distribuidores con cubrimiento nacional para llegar a todos los lugares del país.

### Análisis y Composición del Mercado

El sector de envases y empaques como se ha descrito anteriormente, muestra un crecimiento durante el último quinquenio, lo que hace pensar que el consumo de estos productos, están aumentando, no solo motivado por el incremento de las importaciones de algunos sectores, sino por el crecimiento de la producción local.

Conjuntamente con el crecimiento de la economía y las proyecciones de crecimiento del consumo, se espera que este sector se expanda aún más, para lo cual es importante, el incremento en los niveles de inversión por parte de las empresas para el mejoramiento de la tecnología empleada y así alcanzar un mejor nivel de competitividad.

En el área de la comercialización, el mercado depende principalmente del servicio casi personalizado que ofrecen las empresas a sus clientes, el servicio posventa y la retroalimentación técnica a cerca de las innovaciones y desarrollo de nuevos productos.

Una tendencia importante es la conciencia de los consumidores en exigir productos bien empacados, que cumplan con las normas de salubridad y ofrezcan un porcentaje alto de seguridad (caso del sector farmacéutico) que garanticen las óptimas condiciones del producto empacado o envasado.

Además, con la incorporación de políticas de apertura económica en el país y la internacionalización de la economía, la entrada de empresas extranjeras ha motivado la modificación de las tendencias de consumo de la población, culturizándola sobre lo que debe exigir de un producto.

En conclusión, el mercado tiende a exigir mayores normas de calidad y una innovación constante de los envases y empaques para llegar a satisfacer los requerimientos del mercado.

### Fuerzas Competitivas Relevantes

Fuertes barreras de entrada: En este sector se presenta un sólido posicionamiento de las empresas líderes, y un elevado grado de concentración de la oferta en el segmento de vidrio y plástico, debido a los requerimientos de capital para invertir en nuevas tecnologías que permita ser competitivas, además de los estrechos márgenes comerciales para llegar al consumidor final.

Elevada rivalidad competitiva en los diferentes segmentos en torno a la variable precio: Principalmente ocasionado por el alto crecimiento de la demanda en los últimos años, la baja diferenciación de la oferta, y el incipiente desarrollo del mercado en lo que corresponde a cultura de calidad y diseño.

Se registra un elevado dinamismo, en cada uno de los segmentos. La competencia se manifiesta fundamentalmente en torno al refuerzo del servicio al cliente, la asesoría técnica y la innovación en la oferta por medio de la ampliación de la gama de productos en cuanto a calidad, diseño y precios.

El sector se caracteriza por el sólido posicionamiento de sus principales empresas, que en su mayoría pertenecen a grupos económicos o multinacionales, cuya competitividad se fundamenta en una integración vertical de la cadena productiva y en su capacidad de innovación y de generación de economías de escala para disminuir costos y ser eficientes en la cadena de aprovisionamiento de cada uno de los sectores a los cuales atiende .

Los procesos de concentración en torno a las empresas de mayor tamaño ha obligado a las industrias de mediana dimensión a efectuar un esfuerzo adicional de modernización, haciendo frente a las crecientes exigencias en términos de competencia y de mercado. Esto ha motivado también la desaparición de muchos pequeños productores, sobre todo en las regiones interiores del país, que no cuentan con la capacidad productiva y financiera necesaria para operar en condiciones de creciente rivalidad competitiva.

En lo que respecta al poder de negociación de los proveedores, la pequeña proporción del sector empresarial no permite a las empresas de envases y empaques tener un fuerte poder de negociación, debido a la alta competencia y a las especificaciones técnicas de los requerimientos de los clientes.

**Tabla 10: Fuerzas Competitivas relevantes del sector de envases y empaques, 2003.**

FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR DE ENVASES Y EMPAQUES	
Fuerzas Competitivas	INTENSIDAD
Nuevos fabricantes: media / Nuevos Importadores : Media	
A. Entrada de nuevos competidores	Sólido posicionamiento de las empresas líderes.
	Integración vertical de la producción de los principales grupos económicos.
	Elevada concentración de la producción y el mercado especialmente en los segmentos de vidrio, papel y metal común
	Márgenes comerciales en reducción por incidencia de la competencia por precio
	Servicio técnico especializado, y altos requerimientos de servicio posventa
	Importaciones realizadas por las principales empresas del sector, como complemento de la oferta de su portafolio de productos
	Conocimiento del mercado y de los canales por parte de las empresas locales
	Productos importados competitivos en precio y calidad con respecto a la oferta local.
Alta	
B. Intensidad de la competencia	Bajo número de operadores en el mercado en el segmento de vidrio, pero alto en los segmentos de plástico, y papel
	Crecimiento del consumo vía precios y mejoramiento de la calidad, desarrollando economías de escala
	Refuerzo de la imagen de las principales empresas en los diferentes segmentos, por medio del servicio posventa y desarrollo de nuevos productos
	Escasa diferenciación de la oferta.
	Cerrados Canales distribución
	Tendencia de diversificación de la oferta: por el lanzamiento de productos de mayor valor agregado y variedad
	Innovación en la oferta: por el desarrollo de nuevos productos y especialidades. (Poncherita)
	Penetración de marcas blancas muy competitivas en precio y en calidad en especial en el segmento de enseres menores

Alta	
<b>C. Amenaza de productos sustitutos</b>	Sustitución de envases de papel por madera o plástico
	Sustitución de envases de vidrio por plástico
	Sustitución de tapas de metal común por tapas plásticas
Alta	
<b>D. Poder de negociación de los clientes</b>	En el caso de plásticos, motivada principalmente por el tamaño de la oferta y el reducido tamaño de la demanda
	En el caso de papel, debido al desconocimiento de los consumidores a cerca de los beneficios de empaque de cartón
	Alta concentración de la demanda en pocas empresas del sector
Media	
<b>E. Poder de negociación de los proveedores</b>	Un solo proveedor local importante en el mercado en el caso de envases de vidrio
	La industria peruana de tapas de metal no común no alcanza los estándares de calidad y requerimientos técnicos de la demanda
	Muchos proveedores con escaso desarrollo tecnológico, y pocos con capital para ofrece productos a la vanguardia del mercado

Elaboración: Grupo Consultor

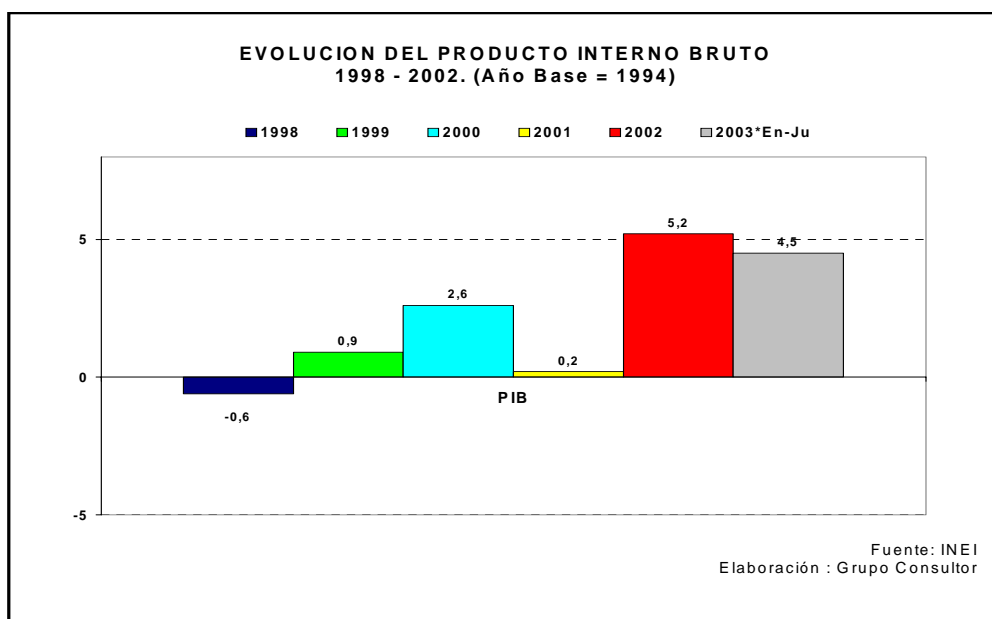
### Características de la demanda

La demanda de envases y empaques está dada por el comportamiento de la industria, en especial de los sectores de más alto consumo de estos productos, como son el agroindustrial, alimentos, farmacéutico, aseo, confecciones, entre otros. Determinados de acuerdo a la actividad económica de los principales importadores de este sector.

A partir de esto se hará un breve resumen del comportamiento de cada sector y la evolución del entorno macroeconómico, además de acercar al exportador colombiano a las tendencias de la industria peruana y el consumo de la población del país. Llegando así, a conocer el mercado e identificar los productos que realmente tienen aceptación por los empresarios de este país.

Análisis de la demanda

**Gráfica 19 : Evolución del Producto Interno Bruto, 1998-2002.  
(Año Base = 1994)**



Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas del Perú (INEI), el año 2002 fue uno de los mejores años durante el último quinquenio, ya que el PIB logró un crecimiento del 5.2%. El mayor aumento se presentó dentro del sector de bienes de consumo no duraderos, el cual creció en un 8.2%. Entre estos bienes se cuenta la producción de azúcar, tabaco, aceites y grasas de origen vegetal, bebidas, productos lácteos productos de confitería, procesamiento y conservación de carne. Por su parte, el sector de bienes duraderos decreció en un 3.9%, destacándose la caída de la producción de joyería, aparatos de uso doméstico y muebles<sup>26</sup>.

Es importante resaltar que la demanda interna en Perú ha venido presentando disminuciones durante los últimos años. Las variaciones en el crecimiento de la economía, representada en el Producto Interno Bruto de los últimos años, señalan que la economía peruana ha estado en recesión y aunque en los últimos dos años ha dado muestras de recuperación, el sector industrial sigue siendo reservado al momento de su desarrollo.

<sup>26</sup> SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIA, Industria, Situación Industrial, Enero 2003

### Evolución del sector agroindustrial

La producción agrícola del Perú es una de las actividades más importante de la economía, especialmente para las provincias del interior del país. Los principales productos de cada una de las regiones son: En la costa el algodón, café, azúcar, mango, limón espárrago, uva, fresa, palta, mandarina, naranja, aceituna, frijol; en la sierra, los cereales, menestras, legumbres, hortalizas, colorantes naturales; y en la selva, el café, cacao, frutas, especies maderables como el cedro, la caoba, nogal, cumala, ishpingo, capirona, congona y otras especies.

Sin embargo, el segmento que impulsa y desarrolla la producción de este sector es el agroindustrial, que realmente se mueve por el comportamiento de las exportaciones realizadas a sus principales destinos, los cuales son Estados Unidos, en primer lugar con el 32%; seguido por España, con el 18%; Francia, 5%; Países Bajos, 5% y Ecuador, 4%, entre otros. Los principales productos de exportación son los espárragos en todas sus presentaciones, frutas, y especies en menor proporción.

Es importante destacar que el 30% de las exportaciones totales de este sector se concentran en 10 empresas, aunque existen aproximadamente 500 empresas que se dedican a la misma actividad.

Entre las más sobresalientes se encuentran, Tabacalera Nacional SA, Complejo Agroindustrial Beta SA, IQF del Perú, Kraft Foods SA, Damper Trujillo SAC, Sociedad Agrícola Drokasa SA, Sociedad Agrícola Virú SAC, Agroindustrias Backus SA, Alicorp SA, y Sol Produce SA<sup>27</sup>.

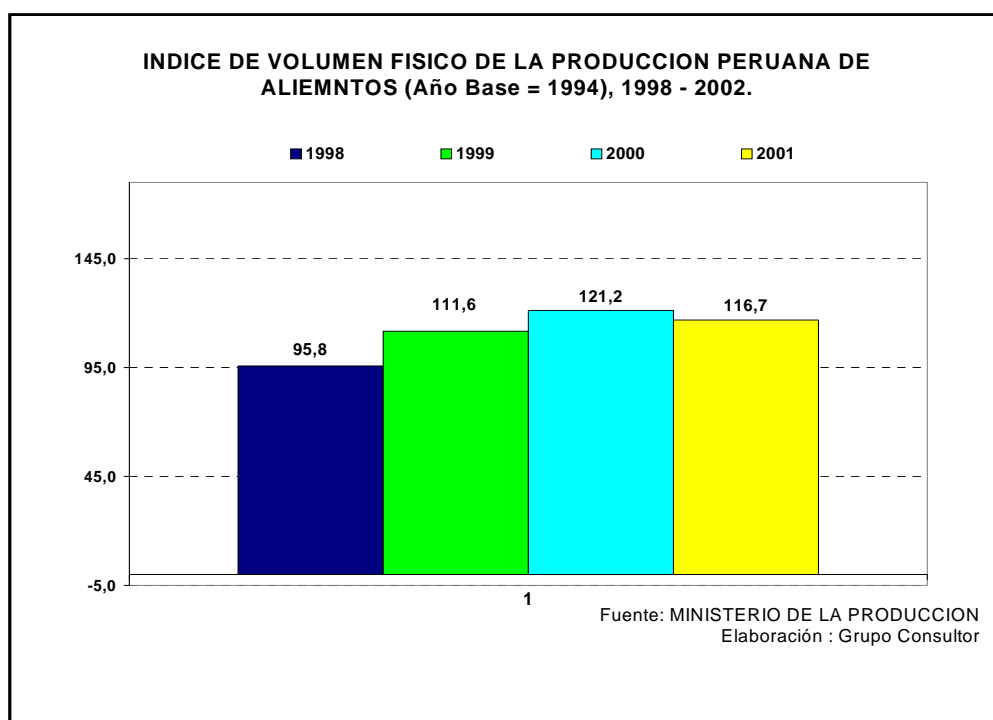
---

<sup>27</sup> DIARIO GESTION, Economía, Exportaciones Agroindustriales crecerían 23.4% en el 2003, Marzo 2003



Evolución del sector alimentos

**Gráfica 20: Índice de Volumen Físico de la producción peruana de alimentos, 1998 – 2002.**



El comportamiento de la producción de alimentos descendió en el 2001 como resultado de la disminución de la producción de harina de pescado, la cual se vio seriamente afectada por el fenómeno del niño y el poco crecimiento de la economía peruana en este periodo. La cual se reflejó también en una contracción de la demanda de la población peruana.

En el año 2002, aunque no se tienen cifras oficiales del Ministerio de la Producción, se presentó un comportamiento favorable, principalmente por el desempeño de las empresas mas grandes del sector, como Alicorp SA, Gloria, Kraft Foods Perú y Molitalia, las cuales incrementaron sus niveles de ventas<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> DIARIO GESTION, Negocios, Empresas de Alimentos Peruanas muestran mejores resultados que sus similares de la región, noviembre 2002

Entre otras empresas se encuentran, Perales Huancaruna SAC, Molineria Inca SA, Cogorno SA, Industrias del Espino SA, Compañía Molinera del Centro SA, Molino Las Mercedes SA, posicionadas como las 15 principales empresas de alimentos en el Perú, de acuerdo a su nivel de ingresos.

Como se mencionó anteriormente, los segmentos que mejor comportamiento presentaron durante el 2001 y 2002 fueron el de productos lácteos, aceites, productos de confitería y producción de azúcar. En cuanto al sector lácteo, las empresas más importantes son Gloria y Nestle, líderes en el mercado, aunque se debe observar que existen mas 200 empresas fabricantes de productos lácteos. Las cuales no solo se dedican a este segmento, sino que incluyen dentro de su portafolio de productos incluyen líneas de alimentación en jugos y embutidos, como es el caso Laive.

Dentro del segmento de confitería, el cual comprende los productos de chocolatería, galletería, caramelos y snacks, la producción peruana total entre 1998 y 2002 registro un crecimiento del 15%, impulsado principalmente por la categoría de galletas, la cual aumento su producción para dicho periodo en 8.303 toneladas, es decir un incremento en términos relativos del 14.5%, participando con el73% de la producción total de confitería en el 2002.

La industria galletera en Perú, presionada por la competencia internacional de los últimos años, ha reaccionado positivamente con estrategias publicitarias, para promover el consumo, innovación tecnológica y el desarrollo de nuevos productos<sup>29</sup>, además de la reducción de costos de fabricación y adaptación a las necesidades específicas del consumidor<sup>30</sup>.

Otros factores que han marcado esta tendencia son la baja de precio de las materias primas y la importante inversión de multinacionales del sector de alimentos, que han encontrando en Perú una localización estratégica para hacer llegar sus productos a varios países latinoamericanos.

---

<sup>29</sup> Alimentos, Marzo 2003

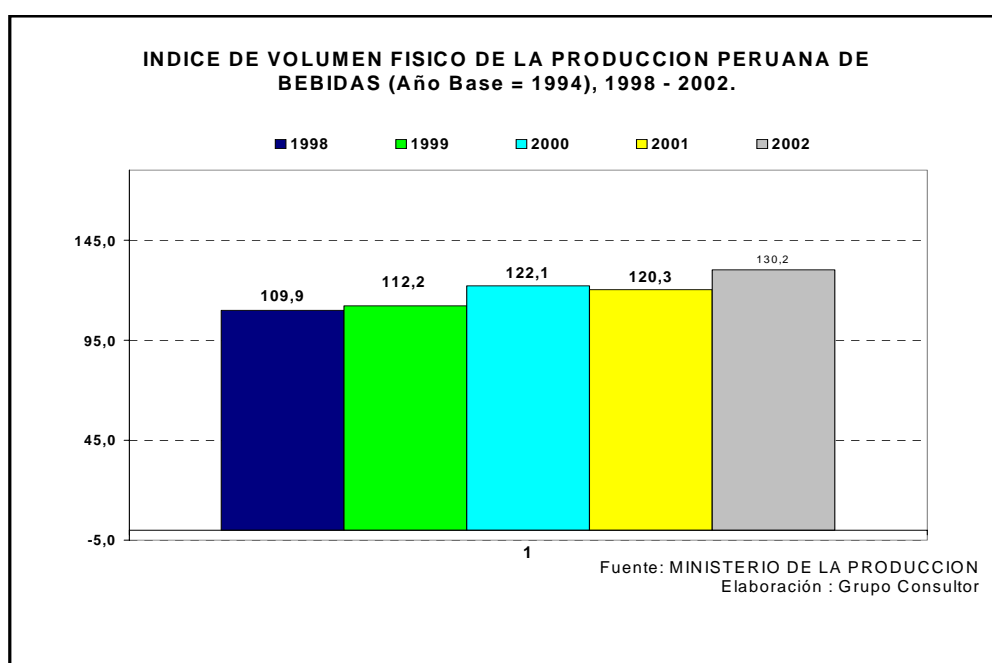
<sup>30</sup> Gestión Mayo 2003

Adicionalmente, la producción de aceites en el año 2002 creció un 13,4% comparada con el año anterior, como resultado de la diversificación de la oferta y la segmentación del mercado en productos premium y económicos.

Dentro del sector de productos oleaginosos, el segmento de aceites vegetales ha presentado una tendencia positiva en la producción local en el último quinquenio, influenciada principalmente por la sustitución de los aceites compuestos (mezcla de aceite vegetal y aceite de pescado), los cuales son olorosos y con un alto contenido de grasa. Por otra parte, la manteca ha cambiado su presentación a granel por el empaclado, lo que ha hecho que el consumidor prefiera este producto empaclado.

#### Evolución del sector bebidas

**Gráfica 21: Índice de Volumen Físico de la producción peruana de alimentos, 1998 – 2002.**



El sector de bebidas es uno de los sectores que participa de forma positiva dentro de la evolución de la producción peruana, está conformado principalmente por la fabricación de bebidas con contenido de alcohol, dentro de los cuales se encuentran la producción vinícola, la producción de cerveza y malta, y en cuanto a las bebidas no alcohólicas se encuentran la producción de gaseosas y agua mineral.

Este sector se ve altamente afectado por el contrabando, el cual ha sido enfrentado con productos de mejor calidad en el mercado, por el alto porcentaje del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) y por la guerra de precios en función de ganar mayor participación del mercado.

El comportamiento positivo de esta industria ha sido impulsado principalmente por la producción de cerveza pues ha pasado de fabricar 617 millones de litros en 1999 a 633<sup>31</sup> en lo que va corrido del año 2003.

Esta variación del 2.5% se debe principalmente a la reactivación del consumo interno, a los menores precios de estos productos.

Otro factor que dinamizó a la industria de bebidas durante los últimos años ha sido el lanzamiento de nuevas bebidas gaseosas, que continúan con la guerra de precios, la cual ha ido evolucionando en ayuda a las nuevas presentaciones del envase, en especial por los de tamaño económico.

Entre las compañías productoras de bebidas en Perú se encuentran Unión de Cervecerías Backus & Johnston SA, Embotelladora Latinoamericana SA, Embotelladora Rivera SA, corporación José R. Lindley SA, Compañía Cervecería del Sur SA, Industrias Añños, Destilerías Unidas SA, Maltería Lima SA, Cervecería San Juan SA, Cervecería San Juan SA, entre otras.

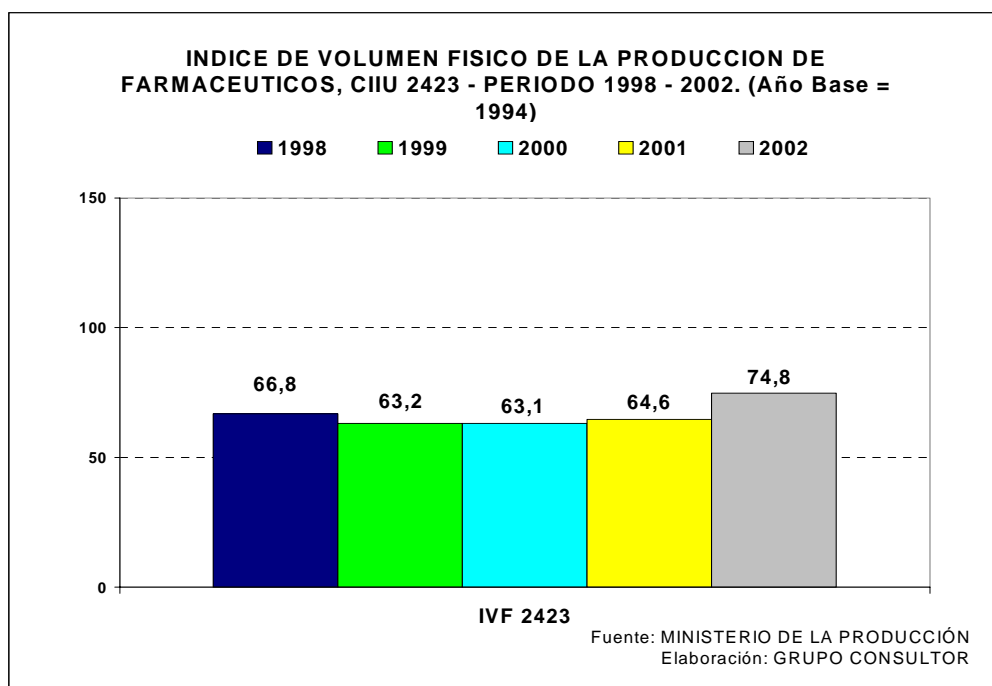
Las perspectivas de crecimiento de este sector son positivas, debido principalmente a expansión de la demanda, que ha mostrado índices de evolución entre el 2002 y lo corrido del 2003, además de las nuevas presentaciones de las bebidas y la inversión publicitaria realizada por las empresas.

---

<sup>31</sup> EL COMERCIO, Economía, Aumento de la producción será moderado, Perspectivas de la industria cervecera, Abril 2003

Evolución del sector farmacéutico

**Gráfica 22 : Índice de Volumen Físico de la producción peruana de farmacéuticos, 1998 – 2002.**



La industria farmacéutica es una de las más afectadas por la crisis económica experimentada en Perú. El sector presentó una tendencia decreciente en sus niveles de producción desde el año de 1994 hasta el 2000, influenciada principalmente por la contracción de la demanda a causa de la recesión económica, y por las elevadas tasas arancelarias a la importación de insumos; afectando de esta manera a los productores nacionales en cuanto a ventas y precios de los medicamentos.

Según las estadísticas del Ministerio de la Producción peruano, al 2002 todavía no se han recuperado los niveles de producción alcanzados en 1994 pero la tendencia ha sido creciente para los últimos tres años.

Para caracterizar el sector, se han tomado los datos divulgados por el Ministerio de la Producción peruano para presentar los resultados de la actividad productiva de las empresas.

El periodo comprendido entre 1998 y 2000 tuvo una evolución desfavorable si se tiene en cuenta que las empresas estuvieron operando a un 26.4% de la capacidad instalada como consecuencia de la recesión y la pérdida en el poder adquisitivo de la población<sup>32</sup>.

A partir del año 2001, las políticas gubernamentales de reducción de los aranceles de los insumos de una tasa del 12% al 4%, y las mayores compras de productos por parte del Estado, generó una leve recuperación de la actividad productiva local al permitir a los laboratorios locales competir en precios con los productos importados.

La reactivación del mercado también se debe a la introducción de medicamentos genéricos y farmacéuticos nacionales con menores precios, ejerciendo presión sobre el mercado de importados, permitiendo un mayor acceso a los medicamentos a través de una disminución de precios. Además se debe tener en cuenta la recuperación de la demanda interna conforme se reactiva la economía nacional.

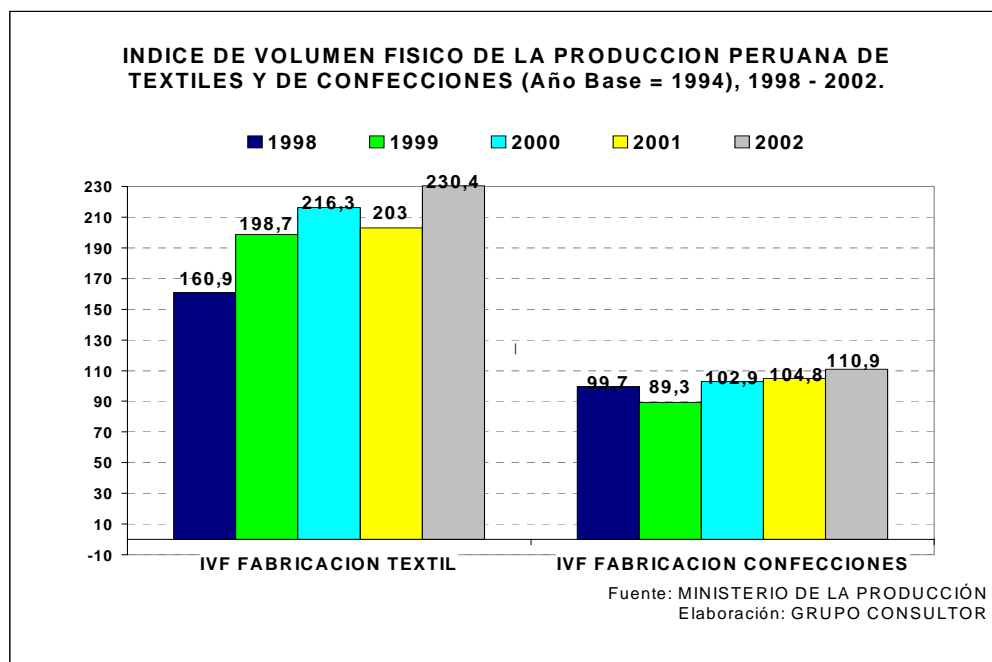
Para el año 2003 se espera que la producción nacional de farmacéuticos mantenga su tendencia creciente, incentivada por los mecanismos implementados por el gobierno en sus licitaciones públicas al otorgar un puntaje adicional del 20% a los laboratorios nacionales para fomentar el empleo, y previendo una reactivación del consumo al garantizarse menores precios de los medicamentos por el incremento de la competencia y de los genéricos en el mercado.

---

<sup>32</sup> Oficina de Estadística – OGIER, MITINCI

Evolución del sector confecciones

**Gráfica 23 : Índice de Volumen Físico de la producción peruana de textiles y confecciones, 1998 – 2002.**



La industria de la confección peruana es uno de los sectores más importantes de la economía, contribuyendo con el 4.2% del PIB manufacturero. El 99.9% de las empresas se catalogan como microempresas o PYME y el restante 0.1% se catalogan como grandes empresas, de estas grandes empresas, de las cuales el 91% se dedica a la confección de prendas de vestir, mientras el 9% se dedica a otro tipo de confecciones. De igual forma el mismo 91% de las empresas que se dedican a la confección son responsables del 99% de las ventas, pero solo el 0.1% es responsable del 82% de las exportaciones realizadas por el sector<sup>33</sup>.

El nivel de las exportaciones del sector de confecciones ha venido mostrando crecimientos cada vez menores, hasta el 2002, año en el cual este crecimiento fue negativo. Esto se debió principalmente a la contracción del consumo en el mercado norteamericano, primer destino de las exportaciones peruanas.

<sup>33</sup> NEGOCIOS INTERNACIONALES, Mayo 2002

Entre los principales productos exportados se encuentran t-shirts de algodón para hombres o mujeres, camisas de punto, las demás blusas de algodón, las demás prendas de vestir de algodón de punto, suéteres (jerseys) de algodón, t-shirts de algodón para niños, prendas y complementos de vestir de punto para bebés, Camisas de punto de cuello, suéteres con cuello cisne de algodón, camisones y pijamas de punto de algodón para mujeres y niñas, pantalones y pantalones cortos de punto de algodón, camisetas interiores, además, en tejidos planos las camisas para hombres o niños de algodón excepto las de punto y los pantalones y pantalones cortos de algodón para mujeres y niñas<sup>34</sup>.

Las expectativas de crecimiento del sector para el año 2003, con la aprobación del ATPA el sector empresarial y en especial los exportadores esperan un crecimiento importante de la producción industrial en este año. En efecto, según la opinión de los empresarios los efectos de la aprobación de estas preferencias mostrarán sus resultados en el año 2003.

#### Evolución del sector de aseo

La fabricación local de productos de aseo es muy reducida en Perú, ya que hay pocas empresas productoras nacionales y la mayor parte del mercado corresponde a productos importados. El sector ha venido presentando una tendencia negativa, en la producción local en el último quinquenio, influenciada principalmente por la disminución en la producción de dentífricos (-85.6%), champú (-16%) y jabones de tocador (-39.5%).

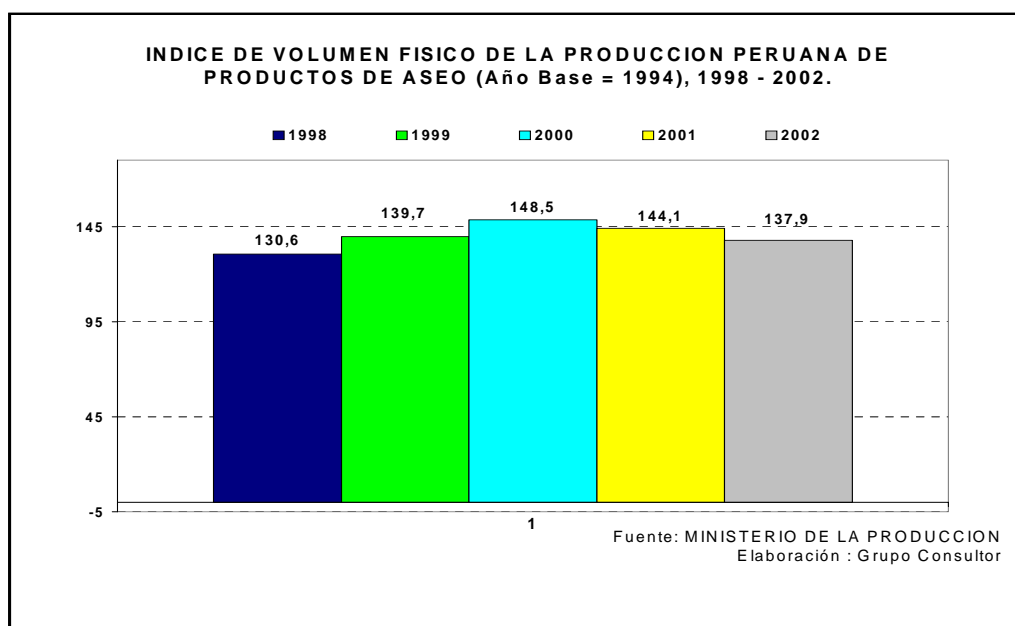
La causa de esta disminución ha sido la preferencia de los consumidores peruanos por los productos importados, debido a sus precios más bajos y alta calidad, así como la caída en la demanda externa, y el traslado de las plantas productivas de las transnacionales a países vecinos, los cuales representan menores costos en la fabricación de sus artículos.

---

<sup>34</sup> ADUANAS, Departamento de Estadísticas de la Administración de aduanas y tributación



**Gráfica 24 : Índice de Volumen Físico de la producción peruana de productos de aseo, 1998 – 2002.**



Por su parte, la producción de otros productos de limpieza como los detergentes, han mostrado un crecimiento del 24.2% en todo el período de análisis, y en cuanto a los jabones para ropa, a pesar de la disminución en volumen producido en 1998 comparado con el año 2002 (-6.4%), la producción ha presentado tasas de crecimiento positivas para los últimos dos años, que evidenciando su reactivación.

La crisis enfrentada por Perú en la década de los noventa, afectó a las pequeñas industrias del sector, así como a los distribuidores mayoristas. Como consecuencia de esto, se elaboraron estrategias de supervivencia para mantener e incrementar la participación en el mercado, a través de campañas publicitarias que permitan el reconocimiento de los productos en todos los niveles socio económicos del Perú, la reducción de los precios al consumidor final por medio de una reducción del tamaño de las presentaciones de los productos, y el asumir la tarea de distribuidores para llegar al canal de detallistas sin tener que depender de los mayoristas, aunque por esto se vean disminuidos los márgenes comerciales y se incurra en mayores gastos por concepto de operaciones logísticas.

Otra estrategia utilizada por las empresas del sector ha sido la búsqueda de mercados alternativos en el exterior, donde tienen proyectos de expansión alentadores.

Las empresas más importantes del sector de productos de aseo en Perú, así como en el resto de países latinoamericanos, son las grandes multinacionales americanas como Procter & Gamble e Industrias Pacocha (Unilever). En el segmento de productos de tocador, Cetco ha logrado una importante proporción del mercado en la categoría de champú específicamente, y en el segmento de productos de limpieza hay una empresa local que ha logrado gran reconocimiento que es Intradevco, generando expectativas expansionistas en el mediano plazo.

Así mismo, las compañías más importantes del sector de productos Cosméticos en Perú con nombre y posicionamiento en el mercado, como son Cetco (Ebel), Unique (Yanbal) y Avon, han hecho grandes aportes a la industria manufacturera nacional peruana.

Como se puede apreciar, las empresas están especializadas en algunas de las categorías, pero no se dedican exclusivamente al segmento de productos cosméticos o aseo. Generalmente dentro de su portafolio de productos incluyen otras líneas de productos de tocador, joyería y bisutería, y las más grandes también manejan el rubro de alimentos.

Para el año 2003 se espera que la producción nacional de productos de aseo mantenga sus niveles o los incremente, siempre y cuando triunfen los proyectos de las empresas de expandir su producción hacia la demanda externa. Además, otros factores que soportan esta perspectiva son la notable reactivación del consumo de productos que se ha logrado por medio de la comercialización en las grandes cadenas y Tiendas por Departamento, que facilitan y permiten a la mayoría de la población menores precios de los productos ante la reducción de costos generada por la disminución en aranceles de algunos de sus insumos, y la constante publicidad e innovación en sus presentaciones en tamaño y promoción.

### Descripción de Productos Sustitutos

El desarrollo del sector de envases y empaques en el Perú, así como las industrias del plástico, papel, metal y vidrio, han generado una evolución en las formas de consumo de los empresarios peruanos y de la población en general.

Es por esto que en el mercado hay una alta tendencia a sustituir la utilización envases de algunos materiales por otros, lo cual se puede traducir en menores costos y se refleja en el producto final, en un mejor manejo de los productos en exhibición en el caso de los supermercados, en la optimización de los procesos logísticos, además de estar conforme a las especificaciones que se refieren a la distribución, o las exigencias de los mercados internacionales a los cuales van destinados ciertos productos, especialmente en el sector agroindustrial.

En este respecto, aún se mantiene la tendencia a la utilización de jabas de madera, aunque los empresarios de productos de plástico y cartón adelantan campañas para incentivar el uso de este material dentro de la comunidad agrícola.

Por otro lado en el sector de bebidas, la sustitución de envases esta condicionada por las especificaciones técnicas y físicas del producto, como es el caso de los vinos. En el caso de las bebidas gaseosas la competencia entre las botellas de plástico y las botellas de vidrio ha sido muy fuerte, en especial por las presentaciones de los nuevos productos en el mercado.

Otra tendencia muy marcada es el uso de los envases de hojalata en el sector lácteo. La leche es preferida en este tipo de presentación, pero la oferta de envases tetrapack y bolsas han hecho que este envase sea sustituido, ya sea por economía o por presentación.

La incorporación de nuevos y mejores envases a la industria, genera que este sector sea uno de los más dinámicos en lo que se refiere a la sustitución de envases y empaques.

### Descripción de los consumidores

La industria peruana se ha visto forzada a evolucionar y desarrollar estándares de calidad internacional, debido a la afluencia de productos importados en el mercado, los cuales ejercen una influencia muy importante en los sistemas de producción, comercialización y precios.

Es por esto que los empresarios han visto en los envases y empaques una necesidad de continuo mejoramiento en la calidad de los productos y renovación de conocimiento de tecnología y marketing. El vendedor silencioso, como es considerado este insumo, empieza a formar parte importante dentro de la estrategia de venta de las compañías, por ser un instrumento de publicidad, reconocimiento y posicionamiento de la marca en el mercado.

Otros factores que presionan el mejoramiento de los envases y empaques son los cambios en las tendencias de consumo de la población, impulsadas por la expansión de las ventas minoristas de supermercados e hipermercados, la reducción de costos en los procesos logísticos, que comprende menores dimensiones y peso de los envases, así como la funcionalidad de los mismos para el consumidor final.

De igual forma, empiezan a ser muy importantes los productos que garantizan la preservación del entorno ecológico, así como la conservación de las propiedades físicas y químicas de los productos, ya sean alimentos o de otro sector. Por ello es importante ofrecer al mercado productos competitivos, que proyecten una imagen de buenas prácticas de salubridad.

En la actualidad es muy importante, que las empresas colombianas interesadas en el mercado peruano puedan ofrecer productos con especificaciones de calidad que acrediten su portafolio, pues en el mercado se encuentran empresas como Peruplast, que por su calidad y estructura empresarial han logrado un buen reconocimiento a nivel nacional e internacional. Muestra de ello es el contrato logrado en este año 2003 con la compañía Kraft Foods. Esta empresa otorgó mediante concurso a nivel de Latinoamérica el abastecimiento de empaques flexibles a sus filiales de Nicaragua, Colombia y Venezuela.

## ANALISIS DE LA COMPETENCIA

### Estructura de la oferta

La estructura de la oferta peruana de envases y empaques se analizará por segmentos, tal como se ha venido desarrollando durante todo el estudio. En primer lugar se considerará el segmento de envases plásticos, siguiéndole el segmento de Papel y Cartón, el segmento de Artículos de vidrio, y por último, el segmento de Metal Común. A su vez cada segmento será dividido en importadores y en productores nacionales, para así llegar a identificar las características y procedencia de la competencia en este país.

Es importante resaltar que en este sector la gran mayoría de empresas pertenecen a grupos económicos y empresas multinacionales, las cuales integran sus procesos y proveedores con la idea de minimizar tiempos y dinero.

### Estructura de la Oferta en el segmento de Plásticos

La oferta de productos plásticos, como se mencionó anteriormente, depende completamente de los insumos procedentes del exterior, debido a no contar con Industria Petroquímica propia. Es por esto que la industria cada vez se vuelve más competitiva en cuanto a los precios que ofrecen en el mercado.

Las empresas colombianas encontrarán que la oferta se encuentra en el segmento de importadores y productores locales, según el ranking de empresas (Top 10.000 companies) de productos plásticos en el año 2001, las más importantes del sector según su nivel de ingresos son:



Peruplast SA : Empresa dedicada a la producción y comercialización de artículos de plástico, y en especial a todas las actividades relacionadas con la industria del empaque y el envase. Inició sus actividades desde 1962, y su línea de producción comprende empaques flexibles con impresión a diferentes tintas.

En el último año, esta empresa ha hecho inversiones del orden de US\$ 5 millones en la compra de dos máquinas impresoras y laminadoras. Entre sus planes de expansión se encuentra el desarrollo de su portafolio para clientes en el exterior.

[www.peruplast.com.pe](http://www.peruplast.com.pe)



**INDUSTRIAS DEL ENVASE**

Industrias del envase

SA : (IDE) es una empresa líder en la fabricación de envases industriales y

forma parte de Unión de Cervecerías Peruanas Backus & Johnston, uno de los grupos empresariales más importantes del Perú.

Nació en Enero de 1995, a partir de la fusión de dos empresas líderes en sus ramos, Industrial Cacer S.A. (24 años transformando plásticos) y la Imprenta Amaru S.A. (20 años transformando papel y cartón).

Abastece a clientes industriales con productos plásticos inyectados tales como: cajas para botellas y baldes para pinturas, aceites comestibles y lubricantes. Así mismo produce envases de plástico termoformado para helados, yogurt, margarinas y detergentes sólidos. En la planta de papel y cartón produce etiquetas para cervezas, gaseosas, aceites comestibles y conservas de pescado, envolturas de cigarrillos, estuches para el sector alimenticio y multiempaques para cerveza y lácteos.

[www.envase.com.pe](http://www.envase.com.pe)



Corporación de Industrias Plásticas SA (CIP) : Empresa dedicada a la fabricación de productos plásticos y a la venta mayorista de material maquinaria y equipo para empaque y envasado. CIP inició sus actividades en el Perú en 1960.

Actualmente, está considerada entre las 500 compañías mas grandes y una de las cinco mas importantes del sector plástico. Con una capacidad de procesamiento anual de 4,000 toneladas y una fuerza laboral superior a los 200 empleados, CIP ofrece una amplia gama de productos al mercado nacional y de exportación a través de sus tres divisiones.

La división industrial, esta orientada hacia la venta de bienes intermedios como films para envase y embalaje, láminas de PVC, PET y PS para termo formado, y frascos de PE y PET con calidad aséptica. La división comercial esta orientada hacia el manejo de líneas de vinifan, viniball, y vinifile. La división codificación, se sale de la línea del plástico, proveyendo de equipos, insumos y soluciones integrales de codificación, marcaje y captura de datos para todos los sectores.

Entre sus planes futuros, se encuentra el desarrollo de nuevos productos para suplir el mercado local, y hacer fuerte énfasis en incrementar su presencia en los mercados internacionales.

[www.cipsa.com.pe](http://www.cipsa.com.pe)

Otras empresas que participan en el mercado de envases y empaques de plástico son *San Miguel Industrial*, *Amcor Pet Packaging del Perú*, y *Alusud Perú*, las cuales se han mantenido como las tres más grandes importadoras de insumos y a la vez que se constituyen como las más grandes empresas fabricantes de productos plásticos.

## **AMCOR** PET PACKAGING *Pet Products International del Perú S.A.*

es una empresa del Grupo Amcor, uno de los más importantes fabricantes de empaques Pet, cartón y aluminio del mundo. Produce preformas y botellas en Pet para el sector de alimentos y bebidas principalmente, así como para ciertos sectores industriales como fabricantes de artículos de limpieza, ceras e incluso aceite comestible.

En el Perú posee el 40% del mercado de envases. Entre sus clientes están las principales embotelladoras de gaseosas como el Grupo Añaños, Corporación J.R. Lindley, Grupo Backus, Embotelladora Latina, Grupo Siu, Socosani, entre otras. Asimismo, exporta preformas a Bolivia, Venezuela, Ecuador, Chile y Panamá.

Cuenta con una Planta en Venezuela, la cual tiene una capacidad de producción de 25 millones de preformas al mes, dos operaciones en Brasil (Manaos y Sao Paulo), diez plantas en EE.UU. y Canadá, donde fabrica preformas de boca ancha, así como una operación en Bolivia (almacenes y oficinas), la cual le permite abastecer el mercado boliviano de manera rápida y efectiva. Asimismo, cuenta con la tecnología necesaria para la fabricación de preformas para la industria cervecera, así como para el desarrollo de cualquier tipo de envase Pet.

[www.amcor.com](http://www.amcor.com)



**Alusud** : Alcoa entró al Mercado peruano en 1994 con la fundación de la empresa Alusud Perú S.A. Se estableció en 1995, en la ciudad de Lima debido a las facilidades que representaba la ciudad para abastecer la región. Hoy produce botellas PET y envases preformados así como cierres plásticos para los mercados peruano, boliviano y ecuatoriano. También provee de asistencia técnica y equipo de cierre de botellas. A nivel mundial esta empresa produce y comercializa productos como empaques flexibles, y empaques termoformados, entre otros.

[www.alcoa.com](http://www.alcoa.com)

En el segmento de productos plásticos, la oferta de productos importados se encuentra en un proceso de polarización, debido a la constante entrada de nuevos participantes al mercado, los cuales evitan la concentración de la oferta. Además, es importante señalar que los mayores importadores son empresas que no se dedican a la distribución o comercialización de estos artículos, y que por su tamaño y estructura, hacen sus importaciones directamente y no recurren a intermediarios.

**Tabla 11: Concentración de la oferta importada de productos de plástico, 2002.**

CONCENTRACION DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE PLASTICO, 2002					
	1998	1999	2000	2001	2002
Primeras 15 empresas importadoras	50.9%	45.8%	47.2%	53.6%	51.0%
Primeras 40 empresas importadoras	70.7%	66.4%	65.4%	71.0%	70.3%
Primeras 109 empresas importadoras	87.9%	87.0%	85.3%	89.7%	90.0%
Total Importaciones	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente : ADUANAS, julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

Este segmento se caracteriza porque las principales empresas importadoras pertenecen al sector de cosméticos y aseo personal, como son Cetco, Unique y productos Avon.

**Cetco**, es la empresa líder del mercado en el segmento, hace parte de la Corporación Internacional multimarcas y multicanales Belcorp, con más de 30 años de experiencia en la producción y comercialización de



productos de belleza y estando presente en 10 países, República Dominicana, Puerto Rico, Guatemala, El Salvador, México, Venezuela, Perú, Colombia, Bolivia y Chile. Los productos que importa para el envasado y empackado de sus productos provienen de Colombia, que para el año 2002 la participación dentro del total de sus compras correspondió al 11.76%, debido principalmente a la cercanía y a las ventajas que le ofrece el tener filial en este país. Sin embargo, países como Taiwán, China, Indonesia y Corea participan con un mayor porcentaje alcanzando niveles del 41%, 25.7%, 9.34%, 5,36% respectivamente.

Unique, a su vez, en sus 18 años en el mercado peruano, ha consolidado el posicionamiento de sus productos de maquillaje y tratamientos faciales dentro del mercado de venta directa, ubicándose como la tercer gran empresa de este canal, después de Ebel y Avon, además ataca el canal de ventas masivas en bodegas y mercados. El incremento en sus importaciones se debe también a que tiene tres plantas de producción, en Perú, Bolivia y Colombia, con miras a cubrir el mercado latino y centro americano, además de tener grandes expectativas con respecto al mercado europeo y del Medio Oriente.

La importación de productos para envasado y empackado del segmento de plástico provienen de Indonesia principalmente, con una participación del 57.3%, Colombia con el 21.56%, Estado unidos con 18.5% , Francia y Ecuador con el 1.94% y 0.69% respectivamente.

Otro sector importante dentro de las importaciones esta conformado por las empresas agroindustriales como Sociedad Agrícola Drokasa SA, empresa considerada como una de las más importantes dentro del sector de la agroindustria. En el año 2001 esta empresa se posiciono como la número 12 del ranking de empresas exportadoras. Los productos de su interés son principalemte cajas y jaulas de plástico y bolsas de polímeros de etileno, siendo Chile y Uruguay el principal origen de sus importaciones.

En el mismo sector agroindustria se encuentran IQF del Perú y Alicorp, las cuales importan bolsas de polietileno para el empaque de espárragos en el caso de la primera empresa, y harina blanca para la segunda, Estas importaciones son provenientes de España , Canadá y Chile.

Adicionalmente se encuentran las empresas importadoras y distribuidoras de productos de plástico, como Impor Export, especializada en la importación y comercialización de cajas y jaulas de plástico. Igualmente, SMP distribuciones comercializando cajas y jaulas de plástico desde Chile y los demás artículos para envasado o transporte desde México, Consorcio BAT, Alitecno SAC comercializando bolsas de polímeros de etileno provenientes de Colombia, Comercial Bela Sur que de igual forma comercializa bolsas de polímeros de etileno provenientes de China, FMR Distribuciones, también conocida como Moy Romarioni que comercializa productos como cajas y jaulas provenientes de Ecuador, entre otras empresas.

**Tabla 12: Principales Importadores de envases y empaques de plástico, (valor CIF US\$), 2002.**

PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, VALOR CIF US\$, 2002			
		2002	(%)
1	CETCO S.A.	1.137.454,87	10,5%
2	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	795.527,00	7,3%
3	SUPERMERCADOS SANTA ISABEL S.A. 'O' SSIS	376.334,53	3,5%
4	FRIO AEREO ASOCIACIÓN CIVIL	270.354,82	2,5%
5	IMPORT EXPORT COMPANY SA	228.397,12	2,1%
6	UNIQUE S.A.	209.570,87	1,9%
7	SMP DISTRIBUCIONES S.A	209.114,89	1,9%
8	ALICORP SAA	191.750,40	1,8%
9	NOVATEC PAGANI S.A.	167.020,69	1,5%
10	ACE PERU S.A.C.	146.515,52	1,4%
11	CP & C COMERCIAL S.A.C.	129.844,23	1,2%
12	CONSORCIO B.A.T. EIRL.	126.439,12	1,2%
13	ALITECNO S.A.C.	114.985,67	1,1%
14	COMERCIAL BELLA-SUR E.I.R.L	106.640,60	1,0%
15	SALCEDO JIMENEZ SADITH KARIN	101.816,77	0,9%
16	CIPSUR E.I.R.L.	99.538,73	0,9%
17	SAGA FALABELLA S A	81.382,97	0,8%
18	MOY ROMARIONI FEDERICO FRANCISCO	80.364,42	0,7%
19	I Q F DEL PERU SA	72.356,96	0,7%
20	PRODUCTOS AVON S A	66.979,26	0,6%
	Otras empresas importadoras	6.117.018	56,5%
	Total general	10.829.408	100,0%

Fuente : ADUANAS, julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

### Estructura de la oferta en el segmento de papel y cartón

La oferta del segmento de envases y empaques de papel y cartón, está constituido por empresas que contribuyen con la producción local y empresas que importan estos productos como parte de los insumos para sus artículos al comercializarlos en el mercado local o extranjero.

Una de las características más importantes es la relación que existe entre los productores de papel y los productores de envases, los cuales pertenecen al mismo grupo económico, creando una integración vertical en toda la industria productora de artículos de papel y cartón. Además es importante resaltar que las empresas papeleras están estrechamente ligadas a las grandes empresas Chilenas de este rubro.



#### Manufacturera de papeles y cartones del Perú SA :

Esta industria forestal integrada posee filiales en Argentina, Uruguay y Perú, ofreciendo productos Forestales, Celulosa, Papel, Papel Tissue y Productos de Papel.

En el año 1995 debido al acelerado crecimiento de la economía nacional, se decidió abrir una filial en Perú.

Es así como en julio de ese mismo año se creó Productos Tissue del Perú S.A. ( Protisa Perú ) con el objetivo de introducir la línea Elite en el mercado peruano, ofreciendo productos como Papel Higiénico, Papel Toalla, Servilletas, Pañuelos y Faciales. Inicialmente Protisa Perú empezó sus operaciones mediante importaciones, pero debido a la gran aceptación de los productos en el mercado, se decidió realizar la conversión de papel en Perú.

En sus inicios, la administración y planta se instalaron en el distrito de Chorrillos, con personal peruano que trabajaba con insumos nacionales. Hacia Julio de 1996 se obtuvo el primer rollo producido en Perú. Así, en 1997 se creó la empresa Manufacturera de papeles y cartones del Perú SA, Con el objetivo de producir el 100% de papel tissue localmente y detener la importación del papel base y adicionalmente, con fines de impresión y fabricación de papel y cartón. Se hizo una inversión de varios millones de dólares para instalar una nueva planta situada en el distrito de Santa Anita, especialmente acondicionada para responder al vertiginoso crecimiento de las ventas<sup>35</sup>.

[www.mpcperu.com.pe](http://www.mpcperu.com.pe)



#### Forsac Perú SA : Compañía productora y

[www.forsacperu.com.pe/data-empresa.htm](http://www.forsacperu.com.pe/data-empresa.htm)

comercializadora de sacos multipliego de papel, perteneciente al grupo de empresas Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., una de las primeras empresas forestales de Latinoamérica, la cual se encuentra entre las cien más grandes del mundo.

Desde sus plantas de conversión de sacos en Argentina (FABI Bolsas Industriales S.A.), Chile (PROPA S.A.) y Perú (FORSAC Perú S.A.) se abastecen los mercados de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, y Uruguay.

FORSAC Perú S.A., con una importante inversión y una capacidad de fabricación que supera los 130 millones de sacos por año, se ha constituido en el principal proveedor de sacos multipliego del mercado peruano, abasteciendo también a otros países del grupo andino.

Los principales mercados a los que va dirigida su producción son la Construcción con productos como cemento, cal, concreto premezclado, tarrajeo, yeso y morteros, entre otros; Alimentación con azúcar, harina de trigo, sémola, cacao en polvo, avena, alimento balanceado, fruta seca, y leche en polvo; Químicos con resinas, óxido de zinc, ácido bórico, fertilizantes, azufre; Industriales con almidón, adhesivos en polvo, baritina, bentonita, y productos minerales varios. Y finalmente, otros como Semillas, carbón, algas secas, deshidratados.

Peruana de Moldeados SA : (PROMOLA), Pertenece al grupo Carvajal de Colombia. Es una compañía que fabrica láminas de espuma de poliestireno prensado para su transformación térmica en cajas y bandejas para carne y huevos, y vajillas.

A mediados de 1994 Comolsa S.A., filial de la Organización Carvajal en Colombia, compró los activos productivos de Papeles Moldeados S.A. de Perú, constituyéndose en líder en la producción de empaques de pulpa moldeada, principalmente en bandejas para huevos. En el año 1995 compró los activos productivos de Promola S.A. de Perú, compañía líder en la producción de empaques de poliestireno expandido. Actualmente atiende el mercado de bandejas.

Cartones Villa Marina SA : Empresa perteneciente al grupo Cartopel de Ecuador, organización industrial integrada por varias empresas

dedicadas a la producción y comercialización de papeles y artones. El negocio papelerero está manejado por Cartopel, creada en 1989 para atender la creciente demanda nacional de papeles, cartulinas, cuero regenerado y cartones de alta densidad.

La actividad en la industria cartonera está a cargo de las empresas Ondutec, integradas en 1991 con el fin de satisfacer las necesidades de empaques de los diversos sectores agrícolas e industriales del Ecuador. Dos plantas están ubicadas en Cuenca, al sur del país, a 2.550 m sobre el nivel del mar. La primera de ellas, Corrupac que inició actividades en 1997, con el fin de consolidar su presencia y liderazgo a nivel nacional en la producción de las diversas soluciones de empaque de cartón corrugado requeridas por el mercado. Esta planta ha sido estratégicamente ubicada en Guayaquil, principal puerto de Ecuador.

[www.carvimsa.com](http://www.carvimsa.com)



Envases Industriales : está al servicio del mercado peruano e internacional, elaborando productos a base de cartón, polietileno de alta y baja densidad. Sus productos se dirigen a las industrias de minería, pesquería, agricultura, comercio y otros. Inició sus operaciones en 1948 orientada hacia la fabricación de envases cilíndricos de cartón y conos tubulares para el sector textil. Posteriormente, se incluyó la elaboración de bolsas, láminas y mangas de polietileno de alta y baja densidad, los cuales pasaron a ser productos de mayor volumen de venta ante la gran aceptación del mercado.

[www.eisa.com.pe](http://www.eisa.com.pe)



Industrias del Cartón SA es una empresa fundada en Junio de 1970 que se dedica a la fabricación de cajas de cartón corrugado y accesorios para el embalaje en general. Todas sus áreas de producción, la de fabricando bolsas y sacos de papel; exhibidores; displays; pirotines y otros productos derivados del cartón corrugado están ubicadas en la planta que se encuentra ubicada en Jr. Felipe Santiago Salaverry # 140, en el distrito de San Luis, Lima - Perú.

En su portafolio de productos se encuentran los empaques corrugados, microcorrugados, bobinas de cartón corrugado, aditamentos para empaques, sacos y bolsas multipliegos, pirotines y esquineros, y recubrimientos especiales.

**Tabla 13: Concentración de la oferta importada de productos de papel y cartón, 1998 - 2002.**

CONCENTRACION DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE PAPEL Y CARTÓN, 1998 - 2002					
	1998	1999	2000	2001	2002
Primeras 3 empresas importadoras	36%	41%	41%	32%	29%
Primeras 10 empresas importadoras	67%	66%	70%	58%	62%
Primeras 20 empresas importadoras	82%	80%	82%	76%	82%
Total Importaciones	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente : ADUANAS, julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

El sector que más participación tiene dentro del mercado de envases de cartón es el de la agricultura, empresas como Corporación peruana de desarrollo bananero, la cual trae sus importaciones de cajas de cartón corrugado desde Ecuador.



**prolan** *Procesadora Laran* : Empresa que consolida aproximadamente el 67% de las exportaciones peruanas de frutas cítricas del Perú. Su producción esta basada en la hacienda La Calera, y sus importaciones de productos de papel y cartón se constituyen de cajas de cartón ondulado, provenientes principalmente de Chile y Canadá.

*Norfruit* : Empresa agroindustrial que se dedica principalmente a la producción y exportación de mango. Las importaciones que realiza consisten principalmente en cajas de cartón ondulado proveniente de Estados Unidos, destinada para la exportación de sus productos.

**Tabla 14: Principales Importadores de envases de papel y cartón, (valor CIF US\$), 2002.**

PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE PAPEL Y CARTON 2002 (Valor CIF US\$)			
		2002	(%)
1	CORPORACION PERUANA DE DESARROLLO BANANE	780.667,40	11,4%
2	ADHESTIC SA	634.021,75	9,2%
3	ARCLAD DEL PERU S.A.C.	570.848,63	8,3%
4	CARTONES VILLA MARINA S.A.	535.636,36	7,8%
5	LEMEROX S.A.C.	452.503,77	6,6%
6	PROCESADORA LARAN SAC	346.447,84	5,0%
7	ALICORP SAA	277.151,38	4,0%
8	SHURTAPE PERU S.A.	251.145,09	3,7%
9	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	207.104,00	3,0%
10	LOGOTEX SRL	192.693,19	2,8%
11	NORFRUIT S.A.C	172.362,49	2,5%
12	MULTIDATA ACCESORIOS Y SUMINISTROS S.A.C	164.374,97	2,4%
13	CORPORACION GRAFICA NAVARRETE S.A.	160.586,27	2,3%
14	TEXTILES LOS ROSALES S.A.C.	149.389,63	2,2%
15	CORPORACION DE INDUSTRIAS PLASTICAS S A	135.703,62	2,0%
16	LABORATORIO QUIROFANO S.A.	135.604,74	2,0%
17	PRAXIS COMERCIAL S.A.C.	132.997,09	1,9%
18	KURESA S A	128.848,60	1,9%
19	ETIMUNDO S.A.C	104.050,46	1,5%
20	3M PERU S A	100.288,40	1,5%
	Otras empresas importadoras	1.245.344	18,1%
	<b>Total general</b>	<b>6.877.769</b>	<b>100,0%</b>

Fuente : ADUANAS, Julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

### Estructura de la oferta en el segmento de vidrio

El mercado de envases de vidrio en el Perú actualmente se encuentra completamente dominado por la empresa *Owens Illinois*, la cual esta considerada como una de las más grandes productoras de vidrio en Estados Unidos, Sur América, Australia, Nueva Zelanda y Europa. En Perú se estableció desde 1993, comprando la mayoría accionaria de Vinsa (Vidrios Industriales SA), después, adquirió la segunda empresa productora de vidrio que era Manufacturera de Vidrio del Perú, dando como resultado a Owens Illinois Perú.

Vidrios Industriales SA : Empresa productora y comercializadora de vidrios, filial de Owens Illinois, la cual posee el 95.5% de su composición accionaria, mientras que el 4.3%<sup>36</sup> restante pertenece a la empresa colombiana Cristalería Peldar.

Compañía Manufacturera de Vidrio del Perú : Compañía peruana, ahora pertenece al Owens Illinois. A nivel local, la empresa provee de envases al sector cervecero y de bebidas como gaseosas y licores; y al sector agroindustrial, para productos entre los que se encuentran los espárragos. Su desarrollo empresarial esta enfocado hacia la exportación e importación de productos, convirtiéndose en la principal importadora en el año 2002.

**Tabla 15: Concentración de la oferta importada de productos de vidrio, 2002.**

CONCENTRACION DE LA OFERTA PRODUCTOS DE VIDRIO					
	1998	1999	2000	2001	2002
Primeras 3 empresas importadoras	84%	88%	85%	89%	95%
Primeras 10 empresas importadoras	94%	95%	92%	95%	98%
Primeras 20 empresas importadoras	98%	99%	97%	98%	99%
Total Importaciones	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente : ADUANAS, Julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

<sup>36</sup> DIARIO GESTION, Negocios, Manufacturera de Vidrio exporta a Centroamérica y Ecuador, noviembre, 1999



Como se puede apreciar el consumo de envases de vidrio importados se encuentra en muy pocas empresas. El 92.3% del total corresponde a Compañía Manufacturera de Vidrio del Perú, perteneciente a Owens Illinois, la cual domina el mercado y que por su composición empresarial su comercio lo realiza con las empresas del mismo grupo. Es por eso que el principal proveedor es Cristalería Peldar de Colombia.

La segunda empresa en el ranking importador, al año 2002, es Tecnología e Importación SA, la cual se dedica a la venta mayorista de alimentos y bebidas. Importando principalmente de Bolivia.

En tercer lugar se encuentra Embotelladora Frontera SA, perteneciente al Grupo Backus, la cual se dedica a la fabricación y envasado de bebidas no alcohólicas. Sus productos los importa principalmente de Bolivia.

Otra empresa importante dentro del ranking es la compañía Mendavia SRL, dedicada a la elaboración de frutas, legumbres y hortalizas y a la producción agroindustrial. Importa envases de vidrio principalmente de España, siendo su proveedor es Mendavia Conservas Artesanas.

**Tabla 16: Principales Importadores de envases de vidrio, (valor CIF US\$), 2002.**

PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE VIDRIO, (Valor CIF US\$), 2002			
	Empresa	2002	(%)
1	CIA MANUFACTURERA DE VIDRIO DEL PERU LTD	806.7401,42	92,3%
2	TECNOLOGIA E IMPORTACION S.A.	141.290,46	1,6%
3	EMBOTELLADORA FRONTERA S.A.	108.662,36	1,2%
4	MENDAVIA SRL	102.060,15	1,2%
5	OWENS-ILLINOIS PERU S.A.	53.400,65	0,6%
6	DANPER TRUJILLO S.A.C.	27.408,6	0,3%
7	SELVARTICA S.A.C	26.048,09	0,3%
8	PRODUCTOS AVON S A	19.916,21	0,2%
9	LABORATORIOS TRIFARMA S A	19.109,62	0,2%
10	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.C.	18.136,71	0,2%
11	INVERSIONES POSEIDON S.A.	17.841,25	0,2%
12	BODEGAS Y VIÑEDOS TABERNEIRO S.A.C.	12.867,26	0,1%
13	IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E.	11.649,58	0,1%
14	CETCO S.A.	11.459,42	0,1%
15	EMPRESA YURA SRL	11.316,79	0,1%
16	AGROINDUSTRIAS DEL SUR S.A.	9.840,56	0,1%
17	TAL S A	9.294,89	0,1%
18	I Q F DEL PERU SA	8.157,08	0,1%
19	BRAIN SILKS S A	7.789,77	0,1%
20	UNION YCHICAWA S A	5.892,26	0,1%
	Otras empresas importadoras	51.827	0,6%
	Total general	8.741.370	100,0%

Fuente : ADUANAS, julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

### Estructura de la oferta en el segmento de metal común

En el mercado de productos metálicos, se encuentran diferentes empresa que actualmente cubren la oferta de este tipo de productos. Por un lado se encuentran las empresas locales, las cuales según su nivel de ingresos, están catalogadas como las empresas más representativas del sector. Por otro lado se encuentran las empresas

importadoras, que como característica especial pueden tratarse de empresas productoras que complementan su línea de productos con

artículos importados, los cuales alcanzan los niveles de calidad y requerimientos del mercado y que por su desarrollo tecnológico no pueden producirse localmente. Este es el caso de empresas como Packaging Products o metalpren. Por otro lado se encuentran las grandes empresas agroindustriales que hacen sus propias importaciones de los productos e insumos, el destino de estos insumos son los envases o tapas para las mercancías de exportación.

Adicionalmente, se encuentran comercializadores o distribuidores como import caps que abastecen el mercado de tapas para laboratorios, y algunas empresas conserveras, que prefieren comprar localmente o que por su tamaño no tienen una división especial de comercio exterior.



**Packaging Products del Perú SA :**

Empresa productora de envases metálicos. Transforma láminas de acero para convertirlos en tapas corona, tapas para licores, tapas Twis-off para alimentos, envases

sanitarios de 2 y 3 piezas y envases industriales, así como envases para aceite y pinturas. Son representantes de los productos de la compañía Crown Cork & Seal, comercializando todas sus líneas como tapas metálicas y plásticas, envases de aluminio, aerosoles, entre otros productos.

[www.packagingperu.com.pe](http://www.packagingperu.com.pe)

**Metalpren SA :** Empresa dedicada a la fabricación de productos de metal. Su principal actividad es la fabricación de envases para conservas de pescado, aunque debido a la baja de la producción pesquera ha tenido que diversificar su producción a otros sectores como la agroindustria o como son los lácteos. Otra línea de producto que actualmente ofrece esta compañía es el servicio de corte y barnizado de hojalatas a las empresas mas pequeñas del sector.

En el año 2002 se mostró como el décimo importador de tapas de metal común, diferentes a las tapas corona, con un valor de importaciones de US\$ 194.497, reduciendo el valor de sus importaciones en comparación con 1998 cuando alcanzó los US\$ 71,27.

Se prevé que sus importaciones disminuirán en un mayor porcentaje debido a la incorporación de su nueva línea de tapas twis-off, la cuales se destinan a ser complemento de los envases de vidrio para espárragos, pimientos y vainitas<sup>37</sup>.

Envases Múltiples SA : Empresa perteneciente al grupo fishman, grupo al cual pertenecen empresas como Papelera Nacional, Quimpac y Calzado Andino, entro en el mercado en 1985 como una empresa dedicada a actividades de impresión.



Envases Especiales SAC : Envases Especiales S.A.C. es una empresa dedicada a la fabricación de envases de hojalata, fibra de cartón, cajas de cartón corrugado, como azafates redondos y rectangulares, afiches publicitarios y productos decorativos en hojalata, entre otros. Cuenta con instalaciones de 11,500 m<sup>2</sup>, distribuidas de acuerdo a cada línea de producción, y una fuerza laboral aproximada de 200 personas.

Su principal rubro lo compone la línea de hojalatería para los envases de pintura y aceites comestibles, representando el 75% de la producción de la empresa.

[www.envasesespeciales.com.pe](http://www.envasesespeciales.com.pe)

---

<sup>37</sup> DIARIO GESTION, Negocios, Crecen ventas de envases de hojalata, junio 2003

**Tabla 17: Concentración de la oferta importada de productos de metal común, 2002.**

CONCENTRACION DE LA OFERTA IMPORTADA DE PRODUCTOS DE METAL COMUN, 2002					
	1998	1999	2000	2001	2002
Primeras 3 empresas importadoras	51%	43%	44%	45%	50%
Primeras 10 empresas importadoras	80%	78%	71%	73%	77%
Primeras 20 empresas importadoras	89%	91%	84%	87%	90%
Total Importaciones	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente : ADUANAS, julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor

Es de resaltar la alta concentración del mercado de tapas metálicas, excepto las tapas corona, (perteneciente al sector de envases de metal común) pues en el año 2002 el 50% del mercado de importaciones se concentró en las 3 primeras empresas y el 90% en las 20 primeras. Entre las empresas más importantes se encuentran:

Owens Illinois: Empresa del segmento de vidrios que como se mostró anteriormente, la principal productora de vidrio en el mercado, en el caso de tapas metálicas. Esta empresa los importa tapas metálicas como complemento de su línea de producto, pues este insumo es requerido por las empresas que compran su línea de vidrio. Según informaciones de la empresa, más que constituir una línea de la empresa, esto es un servicio complementario dentro de su negocio.



Fuente : Ian Perú SA

Ian Perú SA : El Grupo IAN es una empresa multinacional con una trayectoria muy positiva. Tiene cuatro centros de producción: una planta de producción BEBÉ en San Adrián (Navarra), una planta IAN en Villa franca (Navarra), planta COMARO en Casas del Monte (Cáceres) y planta en CARRETILLA en Cañete (Perú).

Su presencia internacional es notoria al contar con una la planta productora de Espárragos en San Vicente de Cañete (Perú) y una oficina comercial en Nueva York, COMARO USA. Asimismo, un tercio de las ventas las realiza el Grupo fuera de España.

Cada una de las plantas del Grupo están diseñadas y especializadas por líneas de producto: tomate, mermeladas, espárragos y aceitunas. Todas ellas tienen autonomía y están dirigidas por un responsable especializado en su línea. I+D se encarga de transmitir aquellas mejoras en los procesos que pueden ser comunes, y esta forma de gestión convierte a IAN en especialistas en las cuatro familias de productos que operan, las cuales tienen marcas muy conocidas: bajo la marca CARRETILLA se comercializan los espárragos, BEBÉ es el nombre comercial de la mermelada, cerezas confitadas y en almíbar, COMARO es el de las aceitunas e IAN el de los derivados del tomate. Desde el mes de mayo de 1998 la marca CARRETILLA en concreto, es líder en el mercado interior de espárragos con marca de fabricante.

Actualmente, el Grupo está en proceso de lanzamiento en el Área Metropolitana de Madrid del tomate frito con pimiento del piquillo con marca IAN. Es un tomate frito plus que tiende a ofrecer un tomate frito con un ingrediente muy valorado en la cocina española, como es el pimiento de piquillo, pero sin perder las características de un tomate frito respecto a color, textura, etc. El proyecto está en su 1ª fase y ya ha tenido una buena acogida por parte de la distribución.

La previsión de IAN, que es el primer productor mundial en la fabricación de espárragos blancos, es seguir creciendo bajo la estrategia de que CARRETILLA es un estándar de calidad alta, independiente de su origen, lo que les permite ubicarse con una visión mundial en la zona productora más adecuada, para dar al consumidor un producto perfectamente diferenciado por su ternura y calidad<sup>38</sup>.

---

38

<http://www.guiadeprensa.com/alimentacion%2099/productos%20alimenticios/grupo%20IAN.html>

[www.grupoian.com](http://www.grupoian.com)

Agroindustrias Backus SA : Empresa perteneciente al grupo Backus, inició sus actividades el 31 de diciembre de 1997 se dio origen a una nueva empresa, producto de la fusión de Jugos y Espárragos del Norte S.A. Alitec S.A. Tiene a su cargo las funciones de producción de alimentos agrícolas en más de 700 has. propias de campos en el Norte y Sur del país. También se encarga de los procesos agroindustriales en las plantas de Motupe y Chíncha así como de la comercialización al exterior de los productos procesados. Entre los productos que se procesan y exportan están los espárragos, el pimiento del piquillo, el brócoli, jalapeños, jugos de maracuyá, mango y limón, además de aceite esencial destilado y centrifugado y cáscara deshidratada de limón, entre otros.

**Tabla 18: Principales Importadores de envases de metal común, (valor CIF US\$), 2002.**

PRINCIPALES IMPORTADORES DE ENVASES DE METAL COMUN, (Valor CIF US\$) 2002			
		2002	(%)
1	OWENS-ILLINOIS PERU S.A.	3.208.212,73	38,6%
2	IAN PERU S.A.C.	459.761,76	5,5%
3	AGRO INDUSTRIAS BACKUS S.A.	458.746,93	5,5%
4	DANPER TRUJILLO S.A.C.	408.707,65	4,9%
5	NESTLE PERU S A	408.677,14	4,9%
6	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.C.	386.194,21	4,6%
7	ENVASES DEL NORTE S.A.	349.453,42	4,2%
8	CETCO S.A.	287.056,79	3,5%
9	UNION DE CER PER BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	215.516,79	2,6%
10	METALPREN S A	194.497,15	2,3%
11	IMPORT CAPS S.A.C.	181.533,74	2,2%
12	DESTILERIAS UNIDAS S.A.C	167.479,57	2,0%
13	INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A.	146.267,45	1,8%
14	CORSUN S.A.C.	143.116,84	1,7%
15	TAL S A	137.268,76	1,7%
16	UNIQUE S.A.	96.092,76	1,2%
17	PACKAGING PRODUCTS DEL PERU S.A.	90.127,05	1,1%
18	RECIP. ENVASES Y ESTAMPAD. METALICOS SA	73.128,11	0,9%
19	CONSTRUCCIONES METALICAS UNION S A	41.293,48	0,5%
20	FERREYROS S.A.A.	41.049,75	0,5%
	Otras empresas importadoras	816.373	9,8%
	Total general	8.310.555	100,0%

Fuente : ADUANAS, Julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor



**Tabla 19: Facturación de las principales empresas del segmento de envases y empaques plásticos, 1998 – 2002, (millones de US\$).**

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLASTICOS 1998 - 2002. (Miles de US\$) <sup>39</sup>					
EMPRESA	1998	1999	2000	2001	2002
<b>PERUPLAST S.A.</b>					
Ingresos	24.101	22.880	24.524	25.901	24.760
Activo Total	29.942	29.312	n.d.	30.360	n.d.
Activo Fijo	19.422	17.273	n.d.	18.764	n.d.
Patrimonio	22.895	22.004	n.d.	21.526	n.d.
Utilidad	487	1.137	507	354	791
<b>INDUSTRIAS DEL ENVASE S.A.</b>					
Ingresos	21.447	n.d.	19.705	19.502	22.410
Activo Total	29.540	n.d.	n.d.	25.878	n.d.
Activo Fijo	17.172	n.d.	n.d.	15.664	n.d.
Patrimonio	15.984	n.d.	n.d.	12.649	n.d.
Utilidad	218	n.d.	-310	-735	1.173
<b>CORPORACION DE INDUSTRIAS PLASTICAS S.A. (CIPSA)</b>					
Ingresos	11.965	13.034	15.483	14.844	n.d.
Activo Total	15.803	17.395	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	7.638	8.239	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	8.887	9.059	n.d.	8.775	n.d.
Utilidad	242	301	397	760	n.d.
<b>POLISACOS S.A.</b>					
Ingresos	5.667	n.d.	5.122	n.d.	n.d.
Activo Total	11.146	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Fijo	6.544	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Patrimonio	5.495	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Utilidad	54	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>PRODUCTOS PLASTICOS S.A.</b>					
Ingresos	7.624	4.391	4.428	4.200	n.d.
Activo Total	7.958	9.806	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	1.654	3.354	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	1.036	1.258	n.d.	1.900	n.d.
Utilidad	- 534	- 1.078	107	139	n.d.

FUENTES: "PERU: The Top 10.000 Companies 2000"; "Peruvian Business Directory 2001", CONASEV

ELABORACION: GRUPO CONSULTOR

<sup>39</sup> \*tasas de cambio utilizada promedio bancaria de Compra, 1998: 2.92, 1999: 3.38, 2000: 3.49, 2001: 3.51. Datos 2002 Preliminares

**Tabla 20: Facturación de las principales empresas del segmento de envases y empaques de papel, 1998 – 2002, (millones de US\$).**

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL 1998 - 2002. (Miles de US\$) <sup>40</sup>					
EMPRESA	1998	1999	2000	2001	2002
<b>MANUFACTURERA DE PAPELES Y CARTONES DEL PERU S.A.</b>					
Ingresos	40.157	n.d.	n.d.	32.101	n.d.
Activo Total	89.937	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Fijo	46.111	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Patrimonio	32.651	n.d.	n.d.	12.210	n.d.
Utilidad	-6.099	n.d.	n.d.	-6.859	n.d.
<b>INDUSTRIAL CARTONERA Y PAPELERA S.A.</b>					
Ingresos	8.300	8.806	8.172	7.236	n.d.
Activo Total	13.309	27.611	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	8.412	16.495	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	8.366	7.873	7.803	6.290	n.d.
Utilidad	445	446	- 127	- 1.148	n.d.
<b>PERUANA DE MOLDEADOS S.A.</b>					
Ingresos	n.d.	n.d.	6.590	n.d.	n.d.
Activo Total	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Fijo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Patrimonio	n.d.	n.d.	3.812	n.d.	n.d.
Utilidad	n.d.	n.d.	1.293	n.d.	n.d.
<b>INDUSTRIAS DEL PAPEL S.A.</b>					
Ingresos	1.962	2.690	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Total	2.786	2.563	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Fijo	1.795	1.497	n.d.	n.d.	n.d.
Patrimonio	989	1.026	n.d.	n.d.	n.d.
Utilidad	-351	124	n.d.	n.d.	n.d.

FUENTES: "PERU: The Top 10.000 Companies 2000"; "Peruvian Business Directory 2001", CONASEV

ELABORACION: GRUPO CONSULTOR

<sup>40</sup> \*tasas de cambio utilizada promedio bancaria de Compra, 1998: 2.92, 1999: 3.38, 2000: 3.49, 2001: 3.51. Datos 2002 Preliminares

**Tabla 21: Facturación de las principales empresas del segmento de envases de vidrio, 1998 – 2002, (millones de US\$).**

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR ENVASES DE VIDRIO 1998 - 2002. (Miles de US\$) <sup>41</sup>					
EMPRESA	1998	1999	2000	2001	2002
<b>VIDRIOS INDUSTRIALES S.A.</b>					
Ingresos	25.398	30.192	26.904	26.158	32.247
Activo Total	41.597	62.675	n.d.	67.370	n.d.
Activo Fijo	17.178	13.556	n.d.	12.094	n.d.
Patrimonio	1.235	4.115	n.d.	6.957	n.d.
Utilidad	-6.858	-2.067	1.351	1.588	2.956
<b>COMPAÑIA MANUFACTURERA DE VIDRIO DEL PERU LIMITADA S.A.</b>					
Ingresos	27.137	20.903	7.263	7.957	11.654
Activo Total	41.413	18.428	n.d.	8.424	n.d.
Activo Fijo	20.970	8.317	n.d.	3.886	n.d.
Patrimonio	28.058	7.186	n.d.	544	n.d.
Utilidad	467	-11.269	79	156	16.459

FUENTES: "PERU: The Top 10.000 Companies 2000"; "Peruvian Business Directory 2001", CONASEV

ELABORACION: GRUPO CONSULTOR

<sup>41</sup> \*tasas de cambio utilizada promedio bancaria de Compra, 1998: 2.92, 1999: 3.38, 2000: 3.49, 2001: 3.51. Datos 2002 Preliminares

**Tabla 22: Facturación de las principales empresas del segmento de envases y empaques de metal común, 1998-2002, (millones de US\$).**

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE METAL COMUN 1998 - 2002. (Miles de US\$) <sup>42</sup>					
EMPRESA	1998	1999	2000	2001	2002
<b>METALPACK S.A.</b>					
Ingresos	n.d.	n.d.	14.795	15.543	10.113
Activo Total	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	n.d.	n.d.	n.d.	6.406	n.d.
Utilidad	n.d.	n.d.	-12.677	598	-1.306
<b>PACKAGING PRODUCTS DEL PERU S.A. EX-CROWN CORK DEL PERU S.A.</b>					
Ingresos	n.d.	n.d.	8.906	8.438	n.d.
Activo Total	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	n.d.	n.d.	n.d.	3.610	n.d.
Utilidad	n.d.	n.d.	-2.775	238	n.d.
<b>METALPREN S.A.</b>					
Ingresos	8.569	n.d.	8.804	8.778	n.d.
Activo Total	10.537	n.d.	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	3.827	n.d.	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	2.975	n.d.	n.d.	4.426	n.d.
Utilidad	12	n.d.	676	302	n.d.
<b>ENVASES MULTIPLES S.A.</b>					
Ingresos	n.d.	n.d.	7.592	8.963.857	n.d.
Activo Total	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Activo Fijo	n.d.	n.d.	n.d.	0	n.d.
Patrimonio	n.d.	n.d.	n.d.	3.228.384	n.d.
Utilidad	n.d.	n.d.	75	134.791	n.d.
<b>ENVASES ESPECIALES S.A.</b>					
Ingresos	6.102	n.d.	n.d.	6.604	6.689
Activo Total	4.773	n.d.	n.d.	3.963	n.d.
Activo Fijo	1.312	n.d.	n.d.	1.264	n.d.
Patrimonio	991	n.d.	n.d.	1.716	n.d.
Utilidad	39	n.d.	n.d.	623	615
<b>RECIPIENTES ENVASES Y ESTAMPADOS METALICOS S.A. RE</b>					
Ingresos	3.173	n.d.	4.378	n.d.	n.d.

<sup>42</sup> \*tasas de cambio utilizada promedio bancaria de Compra, 1998: 2.92, 1999: 3.38, 2000: 3.49, 2001: 3.51. Datos 2002 Preliminares

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE METAL COMUN 1998 - 2002. (Miles de US\$) <sup>42</sup>					
EMPRESA	1998	1999	2000	2001	2002
Activo Total	663	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Activo Fijo	85	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Patrimonio	10	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Utilidad	0	n.d.	12	n.d.	n.d.

FUENTES: "PERU: The Top 10.000 Companies 2000"; "Peruvian Business Directory 2001", CONASEV

ELABORACION: GRUPO CONSULTOR

**Tabla 23: Composición de la actividad intrasectorial y extrasectorial de las principales empresas, 2003.**

COMPOSICION DE LA ACTIVIDAD INTRASECTORIAL Y EXTRASECTORIAL DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS, 2003.									
	EMPRESA	PLASTICO		PAPEL Y CARTON		VIDRIO		METAL COMUN	
		IMPOR	PRODU	IMPOR	PRODU	IMPOR	PRODU	IMPOR	PRODU
1	PERUPLAST SA		*						
2	INDUSTRIAS DEL ENVASE		*		*				
3	CORPORACION DE INDUSTRIAS PLASTICAS SA		*						
4	AMCOR PET PACKING		*						
5	ALUSUD		*						
6	MANUFACTURERA DE PAPELES Y CARTONES DEL PERU SA				*				
7	FORSAC PERU SA				*				
8	PERUANA DE MOLDEADOS		*		*				
9	CARTONES VILLA MARINA SA				*				
10	ENVASES INDUSTRIALES				*				
11	INDUSTRIAS DEL CARTON SA				*				
12	OWENS ILLINOIS					*	*	*	
13	VIDRIOS INDUSTRIALES SA						*		
14	COMPAÑIA MANUFACTURERA DE VIDRIO SA					*	*		

15	PACKAGING PRODUCTS DE PERU SA							*	*
16	METALPREN SA							*	*
17	ENVASES MULTIPLES				*				*
18	ENVASES ESPECIALES SAC				*				*

Fuente : Empresas  
Elaboración: Grupo Consultor

Las empresas del sector de envases y empaques, se caracterizan por abarcar diferentes líneas de productos y en diferentes materiales, lo que las posiciona en diferentes segmentos, bien sea plástico, papel, vidrio o metal común. No solo se dedican a la elaboración de productos en una sola línea de producción sino por el contrario a ofrecer nuevos y mejores productos al mercado.

Esta mezcla intrasectorial se debe a varios factores. Uno, a la evolución de los envases y empaques a nivel mundial, que buscando minimizar su valor y mejorar sus características físicas en cuanto a peso y propiedades, ha combinado los materiales con los cuales se fabrican. Es el caso de los envases flexibles, o biorientados los cuales resultan de la combinación de varios materiales para ofrecer mejores condiciones para el producto comercializado.

Dos a los servicios complementarios que puede ofrecer una empresa productora con otra línea que no corresponde a su ramo, un caso de ejemplo es la empresa Owens Illinois, que produce y comercializa productos de vidrio, pero que en su labor comercial ofrece tapas metálicas como complemento de su producto.

Otra característica de este sector es el hecho que las grandes empresas del mercado pertenecen a grandes grupos económicos o empresas multinacionales, las cuales minimizan el costo y optimizan la calidad de los productos ofrecidos por medio de la utilización de sus propias empresas.

Esto representa una integración vertical del proceso desde la producción hasta la comercialización del producto que es el último paso antes de llegar al consumidor final.

No obstante, el desarrollo de nuevos canales y nuevas estrategias de comercialización soportado con innovación constante de productos para atender la industria, genera otras alternativas de entrada al mercado.

#### Ubicación regional de las empresas

Las empresas presentes en el mercado peruano tienen sus oficinas principales en la ciudad de Lima, desde ahí operan y dirigen todas las actividades referentes al mercado de los productos. Su operación incluye las actividades administrativas y productivas, así como logísticas.

La razón de su ubicación, es la concentración de demanda y de la industria en la capital del país, así como la concentración de los canales distribuidores a los cuales pueden acceder.

Además, que la tendencia importadora de los diferentes segmentos, en especial de plásticos por ser un neto importador de insumos, hace que esta ciudad se convierta en el centro de distribución y comercialización.

### **Mezcla de Mercadeo**

#### Estrategias de mercadeo y publicidad utilizadas

Las empresas presentes en el mercado, ya sean locales o extranjeras, han tenido que recurrir a estrategias de mercadeo que ofrezcan productos innovadores y económicos, debido a la situación económica por la que atraviesa la mayor parte de la población peruana, que apenas está mostrando índices de reactivación. Igualmente, a estrategias de diversificación de producto que ofrezcan un valor agregado y que realmente sea valorado por el consumidor y por el cual esté dispuesto a pagar y ser fiel a la marca.

En este sentido, se puede apreciar que gran número de empresas productoras y comercializadoras de diferentes sectores están

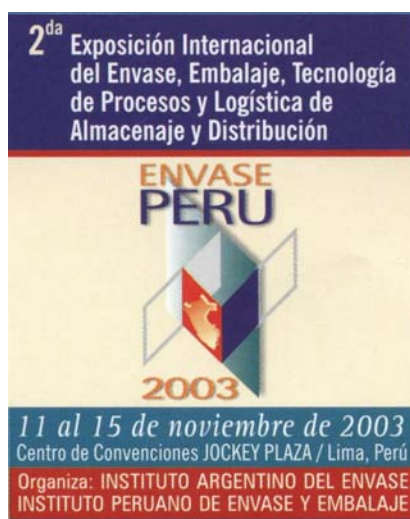


cambiando los envases y empaques de sus productos por alternativas más pequeñas que se puedan vender y comercializar a un menor precio.

Un buen ejemplo de esto es Unilever - industrias Pacocha que ha comenzado por su línea de margarinas, desarrollando empaques más pequeños como alternativa para enfrentar la caída del poder adquisitivo de la población. La tendencia es continuar utilizando esta estrategia en sus demás líneas de productos, especialmente en todo lo referente a productos de aseo y cuidado personal.

Además de minimizar el tamaño de los empaques, es muy importante desarrollar una estrategia de conocimiento y divulgación del producto y de sus condiciones técnicas. Esto con el fin de generar al empresario peruano una sensación de tranquilidad y confianza con respecto a las funciones que debe cumplir el empaque.

La divulgación de estos productos no se da por medios masivos de comunicación o mediante campañas publicitarias, se hace por medio de presentaciones en eventos del sector, cuando se trata de lanzamiento o introducción de productos nuevos, y donde la audiencia es clasificada y conocedora del tema, o publicitando en revistas y magazines especializados de la industria del envase y el empaque o de cada uno de los sectores o segmentos a la cual pertenece o esta clasificada, ya sea plástico, papel, metal, vidrio.



Uno de los eventos más importantes del sector es la 2da. Exposición Internacional del Envase, Embalaje, Tecnología de Procesos y Logística de Almacenaje y Distribución PERU ENVASE 2003. Esta feria se realizará del 11 al 15 de noviembre, en el Centro de Convenciones del Jockey Plaza, en la ciudad de Lima.

Esta feria es organizada por el Instituto Peruano de Envase y Embalaje, que además proporciona otros medios de divulgación y publicidad como es la revista del sector, en la que se presenta información relevante para el sector y se pauta para promocionar productos y empresas.

Otro evento importante es la feria Expoalimentos 2003, que tendrá lugar en el local de la Feria Internacional del Pacífico, entre el 30 de septiembre y el 2 de Octubre, la organización esta a cargo del gobierno peruano (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Prompex y Promperú), tiene como objetivo ser una muestra de producción, tecnología y comercialización de productos alimenticios en general.

Además otros medios de promoción son las publicaciones de las agremiaciones especializadas de cada uno de los sectores, que en el caso de plásticos, la Sociedad Nacional de Industrias ha hecho una labor muy importante al publicar la revista de la Guía de la Industria Plástica.

Es importante, destacar que las estrategias de comercialización se desarrollan de acuerdo al segmento o actividad al cual vayan dirigidos los productos, ya sea para el segmento de plásticos, papel y cartón, metal común o vidrio, pues los consumidores tienen especificaciones técnicas y exigencias de acuerdo a sus requerimientos. De acuerdo a esto, las compañías colombianas deben centrar sus esfuerzos en ofrecer un óptimo servicio de asesoría y desarrollo de producto para captar el gusto del empresario peruano.

#### Industrias del sector: Matriz de crecimiento / participación

Con el objetivo de tener una mejor apreciación de las principales empresas importadoras en cuanto a su comportamiento y la importancia de cada una dentro del mercado, la matriz de crecimiento / participación intenta posicionarlas de acuerdo a los comportamientos mostrados durante el último quinquenio 1998 – 2002 en lo que respecta a crecimiento, participación y valor de sus importaciones.

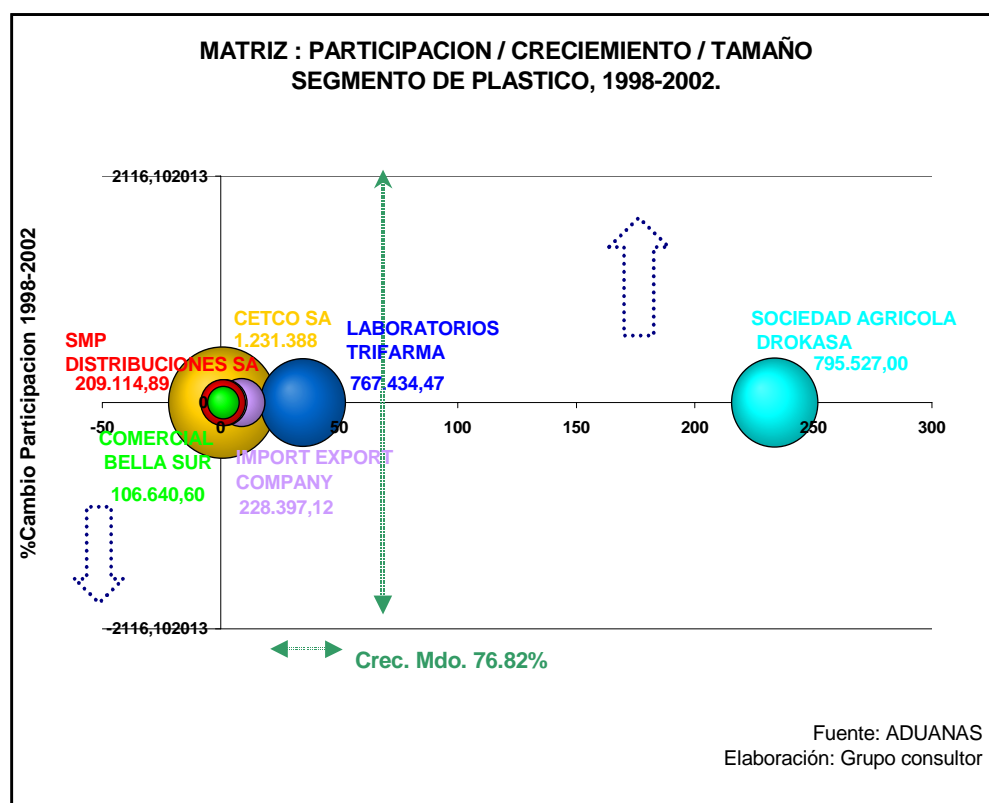
Al igual como se explicó en el capítulo de comercio exterior, cuando se empleo el mismo modelo de gráfica, esta matriz se divide en cuatro cuadrantes el primero (izquierda / arriba) indica que la empresa graficada viene mostrando crecimientos en relación a la participación en el mercado, pero que al mismo tiempo muestra una reducción en su crecimiento.

Las compañías ubicadas en el segundo cuadrante (derecha / arriba), indica que viene presentando un incremento en cuanto a su participación y un crecimiento en el valor de sus importaciones, siendo el cuadrante óptimo para la ubicación de un cliente potencial dentro del estudio, pero que en algunos casos resaltaría la importancia de los competidores más fuertes a los cuales se le tendrían que hacer frente en el mercado.

El tercer cuadrante (derecha / abajo), muestra que la empresa ha perdido participación en el mercado, pero ha crecido en el nivel de sus importaciones, posición en la cual surgen diferentes interrogantes entre los que se encuentra el papel que esta empresa está jugando con respecto a sus competidores o con respecto al mercado.

Finalmente, en el cuarto cuadrante, se ubican a las empresas que muestran decrecimiento en su nivel de importaciones y pérdida de participación dentro del mercado, este tipo de compañías se convierten en clientes no potenciales o al ser considerados como tal representarían riesgo para la evolución de negociaciones futuras, por otro lado en el caso de competidores, muestran una pérdida de su posición competitiva a través del tiempo.

**Gráfica 25: Matriz de participación / crecimiento / tamaño del segmento de plásticos, 1998-2002.**



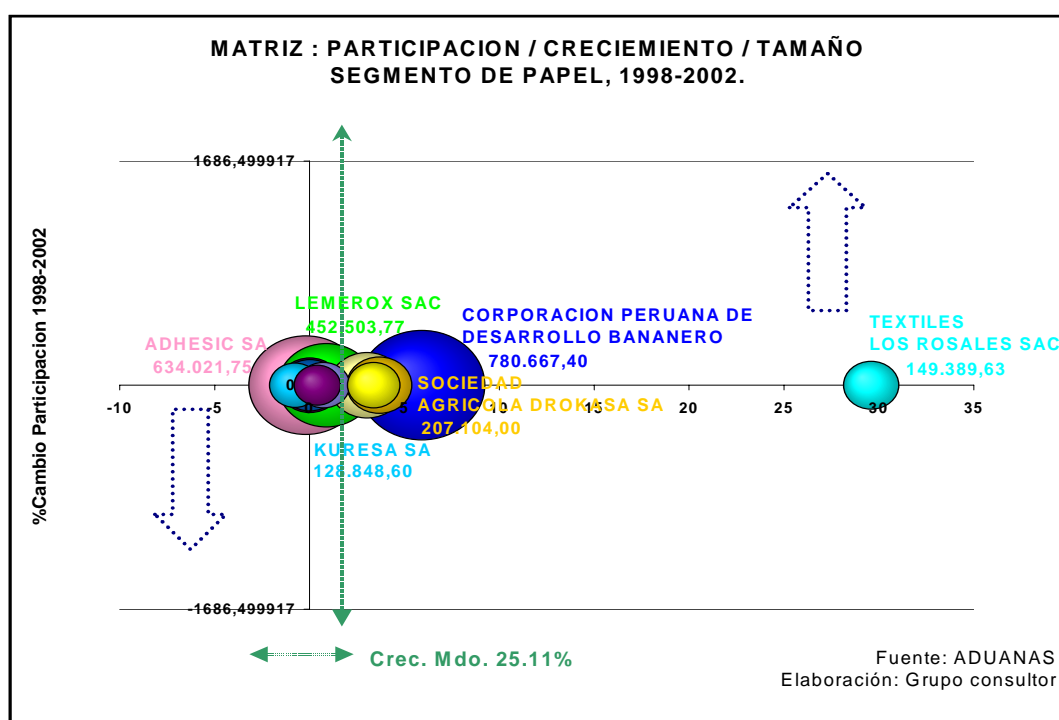
Así es como la Matriz Crecimiento / Participación en el segmento de artículos a gas muestra la fortaleza de nuestros competidores en mercado, también muestra la fortaleza o debilidad de las empresas que se pueden presentar como futuros clientes de empresas colombianas interesadas en el mercado peruano.

En el caso del segmento de productos plásticos, se puede apreciar que los importadores más importantes y con mejor comportamiento durante el periodo de análisis, son empresas de los sectores agroindustrial, es el caso de la Sociedad Agrícola Drokasa, los laboratorios y las empresas de cosméticos, los cuales se ubican en el cuadrante de más alta potencialidad, convirtiéndose en clientes potenciales para consumir productos colombianos.

También se destacan empresas comercializadoras y distribuidoras como es el caso de SMP Distribuciones, Import Export Company, las cuales están actuando en el mercado y abasteciendo a las empresas más pequeñas de estos sector, las cuales empiezan a reemplazar los envases y embalajes de madera por materiales plásticos.

Un ejemplo es el caso de la empresa Packaging Products del Perú, la cual está empezando a utilizar cajas plásticas como una herramienta en la minimización de sus costos de distribución y transporte.

**Gráfica 26: Matriz de participación / crecimiento / tamaño del segmento de papel, 1998-2002.**



En el segmento de envases y empaques de papel, se aprecia que los importadores, son empresas dedicadas a la comercialización de estos

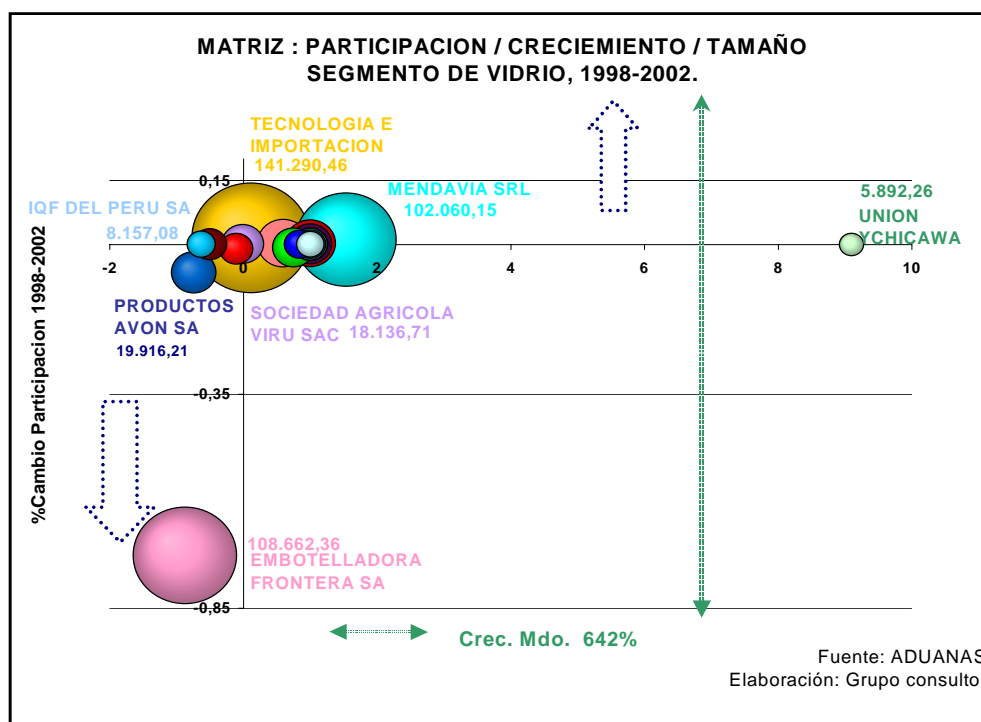
productos, las cuales están buscando mejores precios y se encuentran abiertas a negociaciones con nuevos proveedores que les garanticen principalmente varios factores, entre ellos, precio, calidad y cumplimiento.

Además es de destacar que las empresas productoras de los diferentes sectores están adquiriendo los estos productos en el mercado local, a menos que se trate de empaques o envases con especificaciones especiales o requerimientos técnico que las empresas locales no estén en capacidad de proveer .

Igualmente, las empresas están en busca de servicios complementarios para sus líneas, como son la impresión de los artículos, caso específico de las etiquetas, y logos específicos con las especificaciones del producto o con la imagen institucional de las empresas.

En el caso de las empresas del sector agroindustrial las importaciones de este tipo de productos se debe principalmente a las exigencias de empaque y embalaje de mercados internacionales que tienen requerimientos especiales para el internamiento y comercialización de las conservas o frutas frescas.

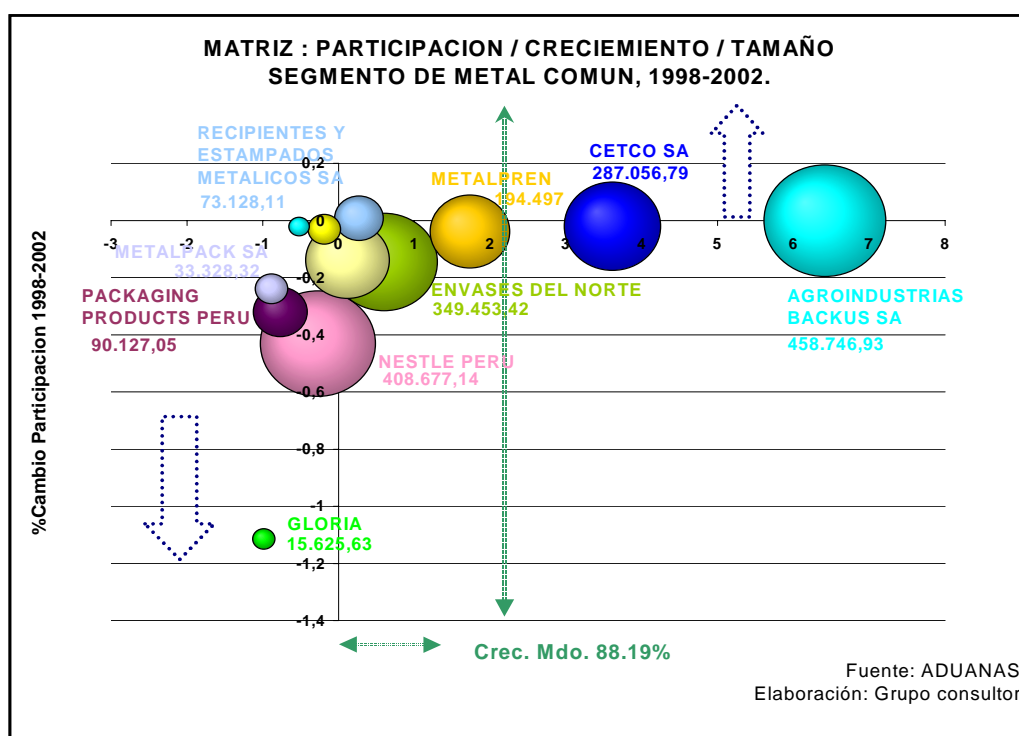
**Gráfica 27: Matriz de participación / crecimiento / tamaño del segmento de vidrio, 1998-2002.**



Como se ha podido apreciar anteriormente, el segmento de vidrio se encuentra concentrado en las empresas productoras de vidrio, tan solo Compañía Manufacturera de Vidrio del Perú participó con el 92% del total importado en el año 2002, lo que equivale a US\$ 8.067.401. El restante 8% lo constituyen empresas del sector agroindustrial y farmacéutico que busca productos de características físicas especiales que las empresas de la multinacional Owens Illinois no esta abasteciendo en el mercado.

En la gráfica anterior no se dibujan las burbujas de Owens Illinois y de Compañía manufacturera, por presentarse como la competencia directa de las empresas interesadas en entrar a este sector, además los crecimientos registrados durante los cinco años, jalonan considerablemente el comportamiento del sector.

**Gráfica 28: Matriz de participación / crecimiento / tamaño del segmento de metal común, 1998-2002.**



En el segmento de metal común, como principal importador se encuentra la empresa Owens Illinois, aunque su principal actividad no es la venta de tapas de metal común, esta empresa las comercializa como un servicio complementario a sus clientes, en especial a aquellos que por su infraestructura empresarial no alcanza a tener un departamento de comercio exterior. Esta condición la convierte como una empresa potencial para los exportadores colombianos.

Por otro lado, las compañías grandes han empezado a sobresalir en la actividad importadora de estos productos, debido a su interés en reducir sus costos y la optimización de los procesos desde sus propias plantas, entre estas empresas se destacan Agroindustrias Backus y Cetco.

Adicionalmente, es importante resaltar la potencialidad que ofrecen las empresas productoras del sector, que también se comportan como las principales importadoras. En este caso, la importación de productos se debe principalmente a que las compañías buscan complementar sus líneas con productos complementarios que les permita ampliar su portafolio y así aprovechar los canales que tienen cautivos.

### **Comportamiento de los precios del sector**

Inicialmente es importante tener en cuenta el comportamiento de los precios de la economía peruana. Según el Boletín Estadístico de Precios que emite el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la inflación anualizada al mes de marzo de 2003 es 3.39%, explicada principalmente por los incrementos en transporte y comunicaciones (7.32%) mientras que solo un 0.1% se debe al grupo de *otros bienes y servicios*, el cual incluye los artículos cosméticos y de tocador, que para Marzo de 2003 presentaron una disminución en sus precios de -0.3%, sin embargo, los servicios de cuidado personal se incrementaron en 0.2%<sup>43</sup>.

La disminución de precios a nivel general de los envases y empaques, comparando con el resto de la economía, se debe a que el sector se caracteriza por la constante reducción de costos, tratando de hacerlo más económico al consumidor final.

---

<sup>43</sup> INEI, "Indicadores de Precios de la Economía", Boletín Mensual – Marzo de 2003.

En el caso de los envases de vidrio, la reestructuración de su composición Sectorial, el desarrollo de economías de escala por la integración de las más grandes empresas productoras de envases de vidrio y la fuerte competencia de los envases de plástico, han hecho que los precios de estos productos vayan al ritmo de las variaciones económicas.

Por otro lado la industria de plástico, el cual se ve seriamente afectada por las variaciones internacionales de los precios del petróleo, afecta a la industria peruana de envases, la cual es completamente dependiente de las importaciones por no tener industria petroquímica.

Aunque esta situación trata de ser sorteada por los productores de manera que sus productos no se vean afectados en el mercado y puedan conservar sus márgenes de rentabilidad los precios inevitablemente varían de acuerdo con las fluctuaciones del mercado.

Un factor a tener en cuenta en la fijación de los precios de los productos de envase y empaque es que el mercado peruano se mueve bajo una dinámica de bajos márgenes de rentabilidad, para así sobrevivir en el mercado, y las empresas buscan constantemente mejorar la competitividad de sus productos en precio sin sacrificar la calidad de los mismos.



Precios actuales de los principales productos

**Tabla 24: Precios de los principales productos importados por la empresa CETCO, en el segmento de envases y empaques plásticos, 2003, (US\$).**

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA CETCO, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR UNITARIO
CHINA	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	BASE PARA ESTUCHE DE PLASTICO, S/M,BASES COVERTORES PLASTICOS BASIO	0,274
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ENVASES CON TAPA, S/M, DE PLASTICO PARA RUBOR EN ACRILICO, COLOR PLATA BRILLANTE	0,132
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	BASE PARA LABIAL, DE PLASTICO TRANSPARENTE, CON MANGUITO COLOR PLATA	0,108
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	TUBOS, S/M,ENVASE DE PLASTICO PARA LABIAL	0,106
COLOMBIA	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE ENSAMBLADO, RUBOR COMPACTO ESIKA	0,484
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE WET&DRY ESIKA, EMPAQUES PARA COSMETICOS,	0,175
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	BASE DE LABIAL ESIKA	0,236
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHES DE PLASTICOS,PRINTS PERFUME COMP 4.5G	0,339
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE LABIAL CY-ZONE	0,249
	LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS	BOLSA PRINTS,DE PLASTICO,	0,031
KOREA, REPUBLIC OF	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE PARA POLVOS COMPACTOS,ULT BEAUTYFULL COLORS	1,044

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA CETCO, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR UNITARIO
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE PLASTICO ULTRA NIGHT LOOKS	0,911
TAIWAN, PROVINCE OF CHINA	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE LABIAL, TUBO TAPA CYB BRILLO,	0,148
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE PERFUME COMPACTO	0,287
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	ESTUCHE LABIAL, TUBOS DE TAPAS DE PLASTICO	0,141
	LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO	REJILLAS DE PLASTICO, ULT POLVOS SUELTOS	0,157

Fuente : Empresas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 25: Precios de los principales productos importados por la empresa Sociedad Agrícola Drokasa, en el segmento de envases y empaques plásticos, 2003, (US\$).**

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA SOCIEDAD AGRÍCOLA DROKASA, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, (US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR UNITARIO
CHILE	SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO	BOLSAS INTERPAK, DE POLIETILENO LOGO STA. RITA, ZIP LOCK 28X26, CAJAS PARA EMBALAJE DE UVAS	0,032
	SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO	BOLSAS DE POLIETILENO CAMISA MICROPERFORADA OPACA 105X60 CMS PARA EMBALAJE DE UVAS	0,055
	SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO	BOLSAS DE POLIETILENO CAMISA MACROPERFORADAS OPACA 95X60 CMS PARA EMBALAJE DE UVAS	0,026
URUGUAY	CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO.	CAJAS EN CARTONPLAST, EN PAQUETES PARA EMBALAJE DE ESPARRAGOS, CAJAS IMP 1 TINTAS MEDIDAS : 290X200/178X245,	0,518
	CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO.	CAJAS EN CARTONPLAST FA-01 EN PAQUETES USO: EN EMBALAJE DE ESPARRAGOS PARA EMBALAJE DE ESPARRAGOS IMP 1 TINTAS MEDIDAS 290 X 200 / 178 X 245,	0,513

Fuente : Empresas  
Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 26: Precios de los principales productos importados por la empresa Laboratorios Trifarma, en el segmento de envases y empaques plásticos, 2003, (US\$).**

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA EMPRESA LABORATORIOS TRIFARMA, EN EL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS, 2003, (US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR UNITARIO
ITALY	LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS	BOLSAS CAPD TUBING ISODIAL S/M 1.5% R DN-150-TR/2R, COMPLETO DE INYECCION DE PUERTO AZUL,	1,850
	LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS	BOLSAS PARA DIALISIS	2,296
	SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO	BOLSITAS CARTENE	0,010

Fuente : Empresas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 27: Precios de los principales productos importados por las empresas, del segmento de envases y empaques de papel, 2003, (US\$).**

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LAS EMPRESAS, DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL, 2003, (US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR KG
<b>CORPORACION PERUANA DE DESARROLLO BANANERO 2003</b>			
ECUADOR	CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO.	CAJAS DE CARTON CORRUGADO: 19 000 DOLE ORGANICA PERU, DESARMADAS, COMPUESTAS DE TAPA, FONDO Y PAD.	0,898
<b>ADHESITIC SA 2003</b>			
BRAZIL	AUTOADHESIVOS	PAPEL COLACRIL, BRILLO 80G RESPALDO COUCHE 90G BOBINAS 1000MM X 1000ML	2,163
CHINA	AUTOADHESIVOS	PAPEL AUTOADHESIVO 77CM P/ARTES GRAF. SUP., PAPEL D IMPRIMIR, ARTES (80G/M2) 1000 M/CARRETE	1,510
COLOMBIA	AUTOADHESIVOS	PAPEL AUTOADHESIVO CHROMO NRO. 1 APR CARA DE IMPRESION EN PAPEL ESTUCADO SEMIBRILLANTE, 80 GRS/M2	1,797
COLOMBIA	AUTOADHESIVOS	PAPEL AUTOADHESIVO CHROMO 6 AS 1.4M X 1000 M / 1.4M X 970M S/M JAC	2,358
FRANCE	AUTOADHESIVOS	PAPEL VELLUM RAFLATAC WHITE GLASSINE 65 AUTOADHESIVO BLANCO P/FAB. DE ETIQUETAS AUTOAD. 70GR/M2	1,963
ITALY	AUTOADHESIVOS	PAPEL RITRAMA, AUTHOADESIVO, RADIANTE-RI.FLUOR AMARILLO FP02 GL. 74 GRS B	3,312
SPAIN	AUTOADHESIVOS	PAPEL AUTOAHESIVO RAFLATAC WHITE GLASSINE 65 BOBINAS 1 X 1000 MTS.	1,956
<b>KURESA S A 2002</b>			

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LAS EMPRESAS, DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE PAPEL, 2003, (US\$).			
PAIS ORIGEN	DESCRIPCION ARANCELARIA	DESCRIPCION COMPLEMENTARIA	VALOR KG
COLOMBIA	AUTOADHESIVOS	PELICULAS DE POLIPROPILENO AUTOADHESIVO HOLOGRAFICO LAMINADO A ANCHO = 1 METRO	6,951
GERMANY	AUTOADHESIVOS	PAPEL SEMI BRILLOSO (240) M COTE ADHESIVO 62D SOPORTE BLANCO 750MM 572131 HERMA	3,297

Fuente : Empresas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 28: Precios de los principales productos importados por las empresas, del segmento de envases y empaques de vidrio, 2003, (US\$).**

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR LAS EMPRESAS, DEL SEGMENTO DE ENVASES Y EMPAQUES DE VIDRIO, 2003, (US\$).			
PAIS DE ORIGEN	DESCRIPCION	AÑO	VALOR UNITARIO
TECNOLOGIA E IMPORTACION S.A.			
BOLIVIA	BOTELLAS, MARCADAS RC COLA, EN VIDRIO CRISTALINO, DE 355 CC, RETORNABLES	2003,00	0,171
MENDAVIA SRL			
SPAIN	FRASCO VIDRIO S/M A-314	2003,00	0,083
SPAIN	FRASCO DE VIDRIO S/M S/M REF.16	2003,00	0,072
SPAIN	FRASCO DE VIDRIO S/M A-370	2003,00	0,057
SELVARTICA S.A.C			
BOLIVIA	BOTELLAS SELVARTICA DE 296 CC. RETORNABLES EN VIDRIO CRISTALINO	2002,00	0,200
I Q F DEL PERU SA			
SPAIN	FRASCOS, S/M, S/M, EN PALETA DE VIDRIO PARA USO COMO ENVASES DE VIDRIOS VACIOS 425ML (16-REF)	2002,00	0,124

Fuente : Empresas

Elaboración: Grupo Consultor

## **Caracterización de los productos**

Los productos del sector de envases y empaques se caracterizan por ser preferidos en tamaños pequeños como consecuencia de la situación económica y del interés de las empresas de hacer llegar sus productos a los segmentos bajos de la población.

En este mercado es muy importante que los empaques cumplan con requerimientos específicos debido a las condiciones de humedad a la que se ven enfrentados los productos. Además de las condiciones que deben cumplir los envases y empaques de contención, protección, conservación, almacenamiento, distribución y promoción. Además, los empresarios peruanos quieren productos con mayores cualidades como vida útil, diseño, información, seguridad, dimensiones, peso y que vayan a la par con el desarrollo de productos ecológicos, siempre pensando en el precio del mismo.

Esto como consecuencia de esto, cada uno de los sectores requieren características especiales, se hará una breve descripción de los requerimientos más generales de los empresarios peruanos por sectores. En el caso del sector de alimentos se demandan productos que ofrezcan protección y conservación de los alimentos, pero principalmente que hagan lucir frescos y nutritivos los alimentos además que se está presentando una tendencia de los consumidores hacia la exigencia de información nutricional en los empaques y los estándares de calidad y salubridad más altos.

En el sector farmacéutico, los requerimientos se inclinan principalmente hacia la seguridad que pueden ofrecer los empaques o envases, como la inviolabilidad, protección, la dificultad para el uso de los mismos por parte de los niños, y sobretodo una preocupación especial por diferenciar el producto para que no sea plagiado o se encuentre fácilmente en el mercado proveniente del contrabando.

A su vez otros sectores como electrodomésticos o confecciones, los cuales buscan protección al momento del almacenamiento y transporte, además de un medio de exhibición y venta del producto.

Registro fotográfico de los productos ofrecidos

**Gráfica 29: Metal Común**


METAL COMUN	
	Descripción del producto
	LATA EN ALUMINIO
Revista: Hiper y Super mercados METRO Elaboración: Grupo Consultor	

**Gráfica 30: Metal Común**


METAL COMUN	
	Descripción del producto
	TAPAS DE ALUMINIO
Fuente: Revista E. WONG Elaboración: Grupo Consultor	



Gráfica 31: Metal Común

METAL COMUN	
	Descripción del producto
	TAPAS METAL COMUN
Fuente: Revista Santa Isabel Elaboración: Grupo Consultor	


Gráfica 32: PETRÓPOLIS S.A.

PETROPOLIS S.A.	
	Descripción del producto
	ENVASES PET
Fuente: Revista Industria Peruana Elaboración: Grupo Consultor	

Gráfica 33: PRODUCTOS FAVEL

PRODUCTOS FAVEL	
	Descripción del producto
	ENVASES , TEXTURAS Y COLORES ESPECIALES PARA COSMETICOS.
Fuente: Revista Productos Favel Elaboración: Grupo Consultor	

Gráfica 34: PRODUCTOS FAVEL

PRODUCTOS FAVEL	
	Descripción del producto
	FRASCOS, TUBOS, POTES , GALONERAS Y SACHETS PARA LOCIONES Y CREMAS.
Revista: Productos Favel Elaboración: Grupo Consultor	

Gráfica 35: PERUPLAST

PERUPLAST	
	Descripción del producto  LAMINADO MIRALUX 400 HUECOGRABADO
Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor	

Gráfica 36: PERUPLAST

PERUPLAST	
	Descripción del producto  PETAPOL IMPRESIÓN HUECOGRABADO 8 COLORES
Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor	


Gráfica 37: PERUPLAST

PERUPLAST	
	<p>Descripción del producto</p> <p>LAMINADO BOPP / BOPP METALIZADO HUECOGRABADO OCHO COLORES</p>
	<p>Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor</p>

Gráfica 38: PERUPLAST

PERUPLAST	
	<p>Descripción del producto</p> <p>BOPP / LDPE BLANCO HUECOGRABADO OCHO COLORES</p>
	<p>Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor</p>

Gráfica 39: PERUPLAST


PERUPLAST	
	Descripción del producto  LDEP BLANCO FLEXOGRAFIA CUATRO COLORES
Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor	

Gráfica 40: PERUPLAST

PERUPLAST	
	Descripción del producto  POLIETILENO COEXTRUIDO HUECOGRABADO SIETE COLORES
Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor	



Gráfica 41: PERUPLAST

PERUPLAST	
	<p>Descripción del producto</p> <p>BOPP / BOPP METALIZADO FLEXOGRAFIA OCHO COLORES</p>
<p>Fuente: Revista PERUPLAST Elaboración: Grupo Consultor</p>	

Gráfica 42: VIDRIO

VIDRIO	
	<p>Descripción del producto</p> <p>FRASCO VIDRIO</p>
<p>Fuente: Revista Santa Isabel Elaboración: Grupo Consultor</p>	



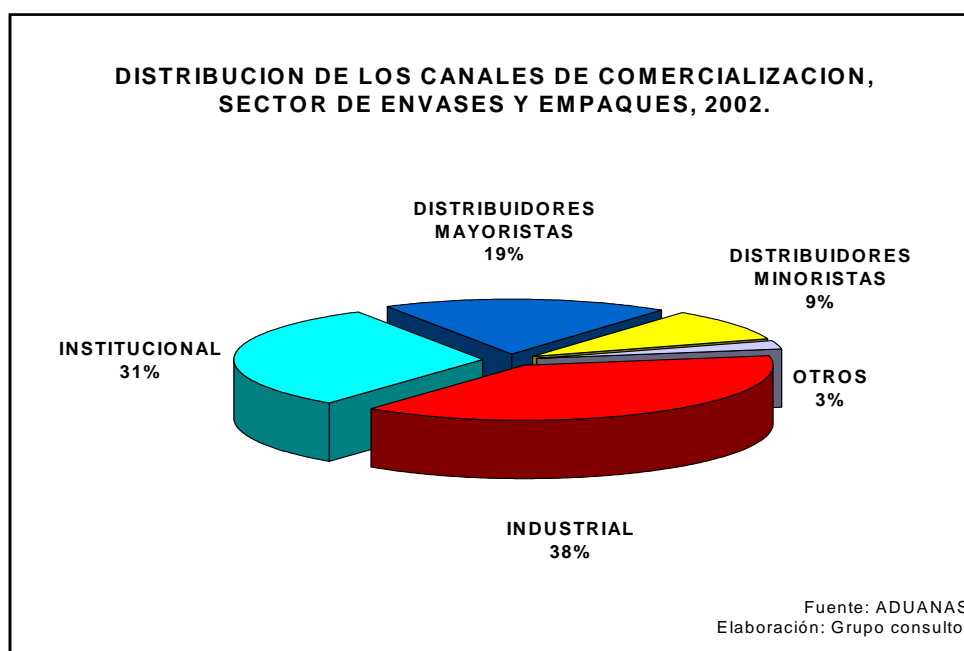
**Gráfica 45: VIDRIO**

VIDRIO	
	<p>Descripción del producto</p> <p><b>BOTELLAS DE VIDRIO</b></p>
<p>Fuente: Revista Industria Peruana Elaboración: Grupo Consultor</p>	



**CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION****Descripción de los canales de distribución y comercialización**

**Gráfica 46: Distribución de los canales de comercialización, sector de envases y empaques, 2002.**



Los canales de distribución peruanos de envases y empaques de los diferentes segmentos, como plástico, papel, vidrio o metal común, se pueden determinar dependiendo del origen de la mercancía comercializada. Por un lado se encuentra el canal determinado como mercado institucional, en el cual las empresas locales de los diferentes sectores económicos realizan sus propias compras de insumos, las que realizan directamente al exterior, y pueden ser de bienes intermedios para su semitransformación o de productos terminados, listos para ser consumidos.

De igual forma, los productos importados, comercializados en el mercado por medio de representantes o distribuidores de empresas extranjeras, se le denominará canal de distribuidores. Estas comercializadoras o distribuidoras (minoristas o mayoristas), atienden el consumo de empresas a las que no les conviene, o no tienen los medios para establecer dentro de su estructura un departamento de comercio exterior para realizar la compra de sus insumos al exterior y por ende constituyen un factor muy importante dentro de la cadena de distribución.

Por otro lado, se encuentran las empresas productoras locales, las cuales pueden ser de origen nacional o pertenecer a multinacionales que han entrado en el mercado peruano por medio de la compra de empresas del sector o por la instalación de plantas de producción. Estas empresas, al igual que los representantes, utilizan una estrategia de venta directa, que en este caso se denominará canal industrial por tratarse de empresas productoras, pero que al mismo tiempo son importadoras. Como se explicó en el anterior capítulo, Análisis de la Competencia, las empresa productoras locales, tanto nacionales como multinacionales, tienen la tendencia a importar productos para complementar su portafolio para atender mejor el mercado.

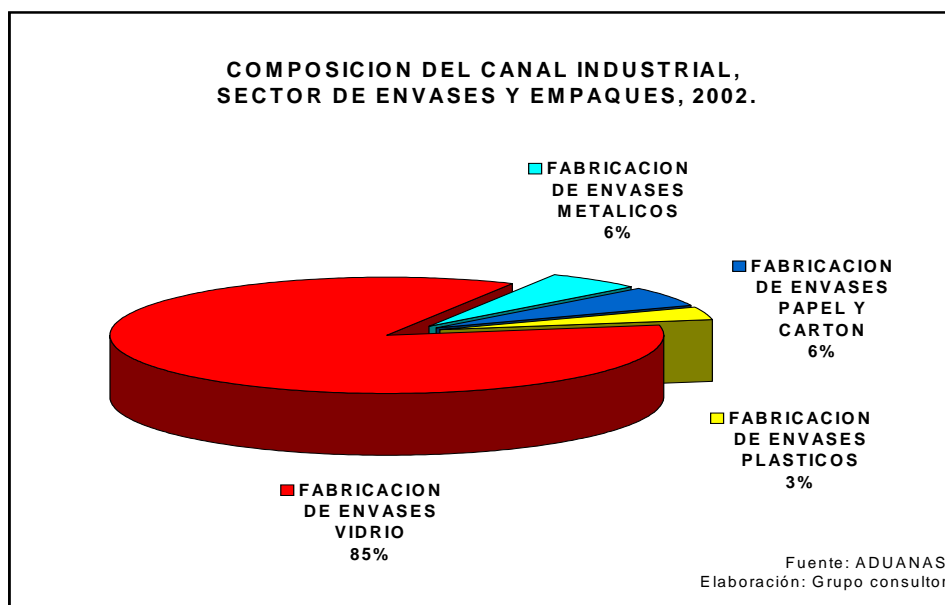
Es importante destacar que en este sector la mezcla intrasectorial es muy alta, debido a que con el desarrollo de los envases y empaques, las materias primas y los materiales son mezclados para así ofrecer un mejor producto de mejores características, además de la complementariedad en el servicio.

El más claro ejemplo de esto es la multinacional Owens Illinois, que concentra la mayor producción en el mercado de envases de vidrio, pero al mismo tiempo es la más grande importadora de tapas de metal no común. Debido a esta interdependencia donde las empresa de un segmento pueden participar activamente en otro, el capítulo de canales de distribución y comercialización no será desarrollado por segmentos,

#### Canal Industrial

Este canal hace referencia principalmente a las empresas que siendo productoras locales importan artículos extranjeros con el objetivo de complementar la oferta de sus productos y así optimizar sus márgenes de comercialización, como resultado de una diversificación de sus líneas.

**Gráfica 47: Composición del canal industrial, sector de envases y empaques, 2002.**

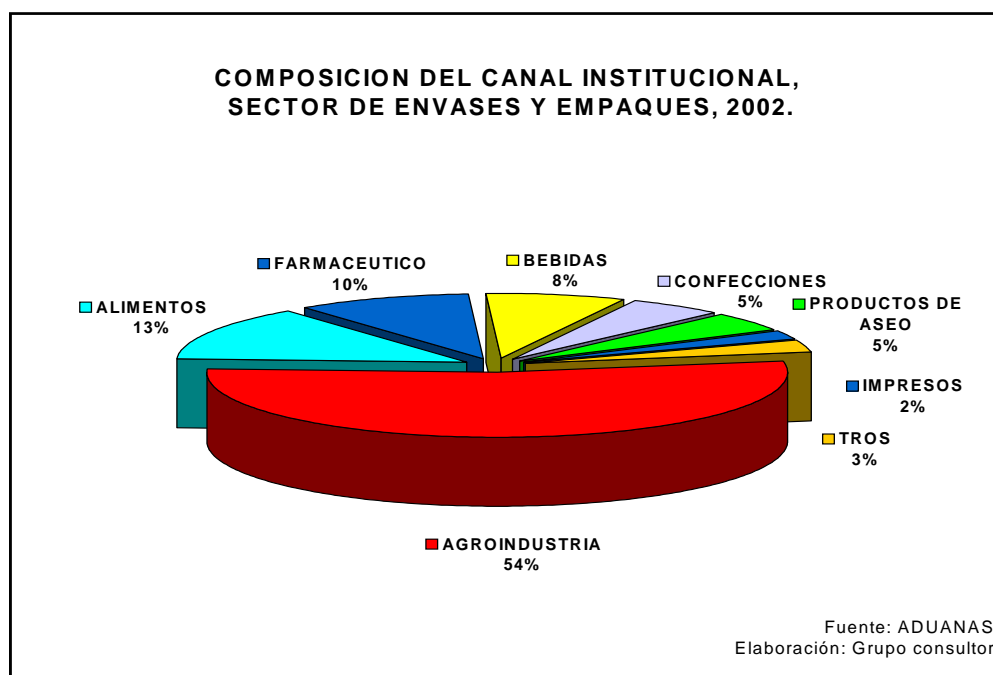


Concentra el 38% del total de las importaciones realizadas y constituye una práctica muy utilizada por las empresas peruanas, las cuales, aunque están trabajando por debajo de su capacidad instalada, importan estos productos debido al bajo desarrollo de sus plantas productivas con respecto a las altas especificaciones de los productos, los cuales están dirigidos a mercados externos o al mercado local.

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, la mayor participación se presenta en el segmento de vidrio, en el cual las empresas compran al exterior los productos que no manufacturan localmente. Esta tendencia es impusada por la Compañía Manufacturera de Vidrio.

Canal Institucional

**Gráfica 48: Composición del canal institucional, sector de envases y empaques, 2002.**



Este canal va dirigido principalmente a satisfacer las necesidades de las grandes empresas de diferentes sectores, las cuales demandan productos de alta calidad para ser utilizados en la producción de artículos de exportación en el caso específico de los productos agroindustriales o en el mercado local. Además, se caracterizan por tener una estructura administrativa y financiera sólida para efectuar sus compras al exterior.

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el sector que más participa de este canal de comercialización es el agroindustrial, con el 54% del total de las importaciones realizadas en el año 2002, el cual esta compuesto por las empresas productoras y exportadoras de conservas, frutas verduras y hortalizas. Es importante resaltar que el sector agroindustrial peruano constituye uno de los principales sectores generadores de divisas y uno de los rubros más tradicionales de las exportaciones de la economía peruana.

Este sector está dividido en dos: los productos tradicionales como el café, azúcar, algodón, lanas, pieles frescas, coca y derivados; y los productos no tradicionales como los espárragos frescos, espárragos en conservas, mangos y uvas, entre otros.

Cabe señalar que el crecimiento de las exportaciones agropecuarias durante la última década ha sido significativo. En 1990, se exportó tan sólo US\$ 293.70 millones de productos agropecuarios, de los cuales el 59.4% correspondió al sector tradicional. En el año 2001, las exportaciones agropecuarias ascendieron a US\$ 644.7 millones gracias al incremento de las exportaciones no tradicionales<sup>44</sup>.

El principal motivo por el cual se explica este desempeño es la diversificación de la oferta exportable agrícola, debida a un mayor flujo de inversiones privadas en el sector y al aumento del número de empresas agrícolas exportadoras.

Un factor importante de este canal es que estas empresas por ser exportadoras a los mercados de Europa y Estados Unidos, presentan requerimientos en empaques y envases que deben cumplir los estándares y las normas internacionales exigidas por estas regiones del mundo. Es por eso que para utilizar de forma óptima este canal, la clave radica principalmente en el desarrollo de productos, la investigación de las tendencias, las actualizaciones en cuanto a normas técnicas internacionales y en la adecuación de los productos a las necesidades del consumidor peruano.

Entre las empresas que más se destacan son Sociedad Agrícola Drokasa, Corporación de Desarrollo Bananero, Agroindustrias Backus, entre otras, que se convierten en un mercado muy interesante para los productos colombianos.

El uso de este canal requiere de altas inversiones en tiempo y dinero, las cuales se traducen en mejores precios de venta, mayores niveles de producción, altos índices de calidad, cantidad, sobre todo por ser un mercado que está en desarrollo y expansión.

---

<sup>44</sup> [www.portalagrario.gob.pe](http://www.portalagrario.gob.pe)

Otro sector muy importante para la comercialización de envases y empaques es el sector de alimentos, el cual creció, en el año 2002 representando el 1.7% del PIB<sup>45</sup>, debido a la mayor producción de lácteos, conservas de carne y azúcar, recuperándose de la caída que registró en el año 2001 del 3.3% debido a la baja en la producción de harina de pescado.

En relación a la importación de envases y empaques, la empresa Alicorp se comporta como la empresa más importante del sector de alimentos, pues participa con un 32%, seguida por Nestle del Perú, Gloria S A y Laive SA, siendo estas las empresas más representativas de la industria peruana de alimentos.

Es de destacar que la empresa Gloria pertenece al Grupo Empresarial Gloria, la cual presenta la tendencia mencionada en el capítulo anterior, que consiste en tener su propia planta de envases y empaques, pero también requieren de envases y empaques del exterior para sus productos.

Otros sectores destacados son los de la fabricación de productos farmacéuticos, bebidas, confecciones, productos de aseo, impresión y otros entre los que se encuentran los químicos, pinturas y barnices, eléctricos, Electrodomésticos y otros.

#### Canal Distribuidores

Bajo este canal se debe diferenciar entre los distribuidores mayoristas y minoristas, los primeros, llegan al cliente final por medio de la venta especializada, y los segundos venden sus productos al público por medio de establecimientos comerciales, o bien se trata de empresas dedicadas a la comercialización de diferentes productos que utilizan los empaques como insumos para la venta del producto final.

A través del canal mayorista, se suplen los requerimientos de pequeñas y medianas empresas de diversas industrias, cuya principal fuente de ingresos es el mercado local; sin embargo, a este tipo de comercializadoras también atiende las necesidades de grandes empresas, como lo son algunos bienes intermedios de uso industrial, necesarios para su funcionamiento, que no ameritan una importación directa, tanto por volumen como por frecuencia de compra.

---

<sup>45</sup> ALIMENTOS, Que se cocina en la industria Alimentaria?, Octubre 2002

En este mercado, cabe destacar que las empresas o los distribuidores manejan un margen de utilidad reducido como consecuencia de la competencia en el mercado, la reducción de costos de la industria y la optimización de la estructura productiva.

Además, cuentan con un sistema de financiación que se ha flexibilizado como consecuencia de la crisis económica peruana. Sin embargo, las comercializadoras también han fortalecido sus departamentos de crédito para seleccionar mejor a sus clientes y asumir los riesgos que deriva la venta de cualquier producto.

Los distribuidores minoristas, son compañías que distribuyen y comercializan sus productos en pequeñas cantidades al público. Aunque posiblemente no estén relacionadas con el sector pero que importan para suplir un segmento específico de los consumidores. Entre las empresas que se destacan por este tipo de comercialización se encuentran Supermercados Santa Isabel, Ace Perú, Saga Falabella, Tiendas por Departamento Ripley, entre otras.

La forma de venta directa utilizada en la comercialización de estos productos, tanto por empresas extranjeras como locales, tiene como objetivo llegar a empresas de tamaño grande, mediano y pequeño. Consiste en la visita personalizada a las empresas que consumen sus productos, no solo para vender sino también para asesorar a los empresarios acerca de la utilización y beneficios de este tipo de productos, lo cual es un atributo clave para el éxito de la comercialización. Este canal puede incluso hacer algunas ventas menores a empresas que compran bienes intermedios a medida que son necesarios para su producción.

#### Ubicación regional de las principales empresas

La industria peruana se caracteriza por estar ubicada, principalmente en Lima, debido al fenómeno de centralización y concentración del mercado – oferta y demanda en general - que experimenta el país. A pesar de que hay empresas productivas que nacieron en provincias, esta situación las obliga a trasladarse a la capital, o a abrir sucursales u oficinas de representación en esta ciudad.

Igualmente, este fenómeno facilita la actividad de comercialización en Perú, ya que no es necesario trasladarse a provincias para efectuar ventas de bienes intermedios y/o finales, pues la mayoría de las transacciones se realizan en la capital. Además, la ubicación del puerto del Callao, principal entrada de productos importados, colabora para que esta tendencia sea mayor en la ciudad de Lima.

**Tabla 29: Concentración de la oferta importada de productos de papel y cartón, 2002.**

UBICACIÓN REGIONAL DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS			
CANAL	SEGMENTO	UBICACIÓN	PARTICIPACION
INDUSTRIAL	METALICOS	LA LIBERTAD	46,66
		LIMA Y CALLAO	53,34
	PAPEL	LIMA Y CALLAO	100
	PLASTICO	LIMA Y CALLAO	99,37
		TACNA	0,62
	VIDRIO	CALLAO	100
INSTITUCIONAL	AGROINDUSTRIAL	LIMA Y CALLAO	41,01
		ICA	21,29
		LA LIBERTAD	18,91
		PIURA	17,84
		OTROS	0,95
	ALIMENTOS	LIMA Y CALLAO	91,08
		PIURA	4,44
		AREQUIPA	2,5
		OTROS	1,98
	FARMACEUTICOS	LIMA	100
	BEBIDAS	LIMA	60,75
		LA LIBERTAD	22,34
		AREQUIPA	14,66
		PIURA	2,25
	CONFECCIONES	LIMA	88,02
		CALLAO	10,02
		AREQUIPA	1,96
	PRODUCTOS DE ASEO	LIMA	100
	OTROS	LIMA	93,03
		CALLAO	4,04
		AREQUIPA	2,48
		ICA	0,24
		TACNA	0,21
DISTRIBUIDORES	MINORISTAS	LIMA Y CALLAO	95,81
		LA LIBERTAD	3,06
		OTROS	1,13
	MAYORISTAS	LIMA Y CALLAO	97,08
		PUNO	2,2
		OTROS	0,22

Fuente : ADUANAS, Julio 2003

Elaboración : Grupo Consultor



### **Condiciones comerciales con los distribuidores y comercializadores**

Las condiciones comerciales con los canales de distribución dependen del tipo de canal. Los importadores peruanos están acostumbrados a que se les exija Carta de Crédito para garantizar el cumplimiento del pago de la mercancía; si se trata de representantes de empresas extranjeras, generalmente exigen que se les de exclusividad en la comercialización aunque esta tendencia se está reduciendo al visualizar la expansión del mercado; además, este es un mercado que fomenta la oferta de un portafolio completo de insumos, caracterizados por ser complementarios entre sí, y que frecuentemente no se adquieren con un solo productor (complementariedad entre insumos y bienes intermedios).

La relación de las empresas del sector y los distribuidores autorizados, así como con sus clientes, depende del tiempo que lleven trabajando juntos. Para un cliente nuevo el pago de la primera venta debe ser de contado; los créditos que se otorgan, por su parte tienen plazo de pago entre 7 y 30 días después de haber generado una relación de conocimiento del cliente y de someterlo a un estudio de crédito. Con la crisis de finales de la década de los noventa la situación comercial del Perú cambió y se pasó de extender créditos de manera general, a que los clientes deberían garantizar la recaudación del pago de la mercancía, de forma tal que las condiciones comerciales cambiaron y en la actualidad toda actividad que se desarrolla en el punto de venta se paga de contado (salvo algunos clientes especiales a los cuales se les da un plazo de pago o se reciben cheques), los descuentos se aplican por cantidades grandes y solo para clientes exclusivos.

Otro factor importante es la alta sensibilidad que tienen los empresarios peruanos al factor precio, esto debido principalmente a los bajos márgenes de comercialización que se maneja en este rubro, además esperan un servicio post venta como respaldo de la compra de los productos.

Además, el empresario peruano muestra mucho interés en los términos de venta para la negociación del precio y en establecer los costos de transporte y la responsabilidad de cada una de las partes al momento de la negociación.

### **Descripción de las principales costumbres y cultura de negocios**

Por las características de la industria es muy importante el dominio de conceptos químicos y técnicos, por lo que las empresas requieren un alto nivel académico de su personal, la mayoría de sus directivos tienen una formación académica sólida y superior, y están al tanto de los avances en cuanto a los adelantos de la industria y los demás insumos que requiere.

Las empresas grandes, en especial del sector de plásticos, requieren altas inversiones de capital, infraestructura y conocimiento técnico, razón por la cual cuentan con personal especializado que frecuentemente domina el inglés (por lo menos a nivel gerencial) y están al día en sus procesos de investigación y desarrollo. Adicionalmente, de que frecuentemente están inscritos en asociaciones internacionales especializadas que les proporcionan constante información.

Por su parte, las empresas de mediano y pequeño tamaño cuentan con los diferentes comités de la Sociedad Nacional de Industrias y agremiaciones específicas para aclarar dudas y obtener orientación actual para mejorar sus procesos productivos.

Es importante para los empresarios promocionar los productos en publicaciones especializadas, en eventos demostrativos, ofrecer seminarios educativos referentes a las formas de uso del producto, la evolución de los mismos. Lo principal en este tipo de eventos es que al momento de hacer la presentación del producto se le pueda presentar con algo muy práctico y didáctico, lleno de contenido. Haga presentaciones enfocadas a beneficios que puede lograr. Una vez se genera una relación comercial esta es tan importante como la relación personal.

El empresario peruano es formal y reservado. Valora la generación de confianza y compromiso por parte de la contraparte y una vez adquiere compromisos es sólido y estricto en su manejo. El proceso de toma de decisión de compra es mas lento que para el caso de otros empresarios del área latinoamericana. El empresario peruano se toma tiempo en evaluar las diferentes alternativas y conocer el tipo de proveedor que lo va a suplir. Por lo tanto, buscan negocios a largo plazo y de ganancia mutua.

El empresario colombiano debe conocer que el comerciante peruano valora la diplomacia, el acercamiento con tacto y sensibilidad, lo cual los diferencia de la negociación con otros socios comerciales de Colombia los cuales son más rápidos y abiertos en sus negociaciones, primero debe hacer una relación de confianza para luego entrar a cerrar un trato.

Con este pequeño perfil se puede concluir que los participantes en el mercado, están acostumbrados a comprar productos con altas especificaciones técnicas y niveles de calidad estandarizados a nivel internacional, con un buen nivel de conocimiento que los permite ser exigentes al momento de hacer la negociación.

#### Base de datos clientes potenciales

La base de clientes potenciales del presente estudio esta elaborada bajo los criterios de potencialidad descritos en el capítulo de Análisis de la Competencia y el desarrollo del capítulo de Canales de Distribución y Comercialización, partiendo desde el comportamiento de los importadores durante el periodo 1998 2002, o en algunos casos por entrevistas realizadas por el equipo consultor.

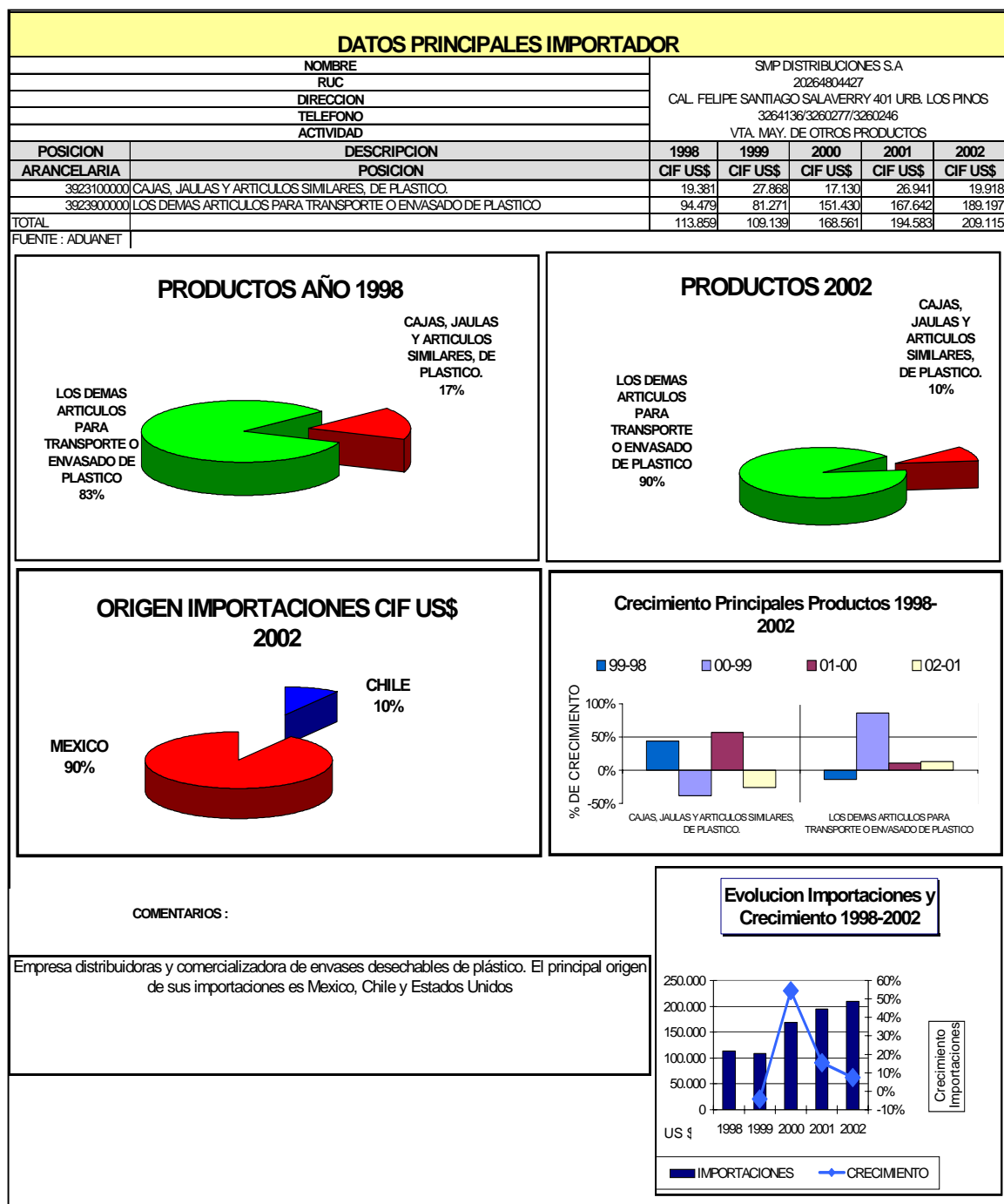
A continuación se hará una presentación de las empresas que se considera que tienen una gran potencialidad a llegar a ser clientes de productos colombianos, a estas compañías se les hace un perfil, que describe su evolución importadora, la procedencia de los productos.

En las fichas a continuación describen el comportamiento de los principales clientes de cada segmento, mostrando la evolución de su comercio exterior y el origen de los productos que comercializa, así como la información concerniente a su ubicación.

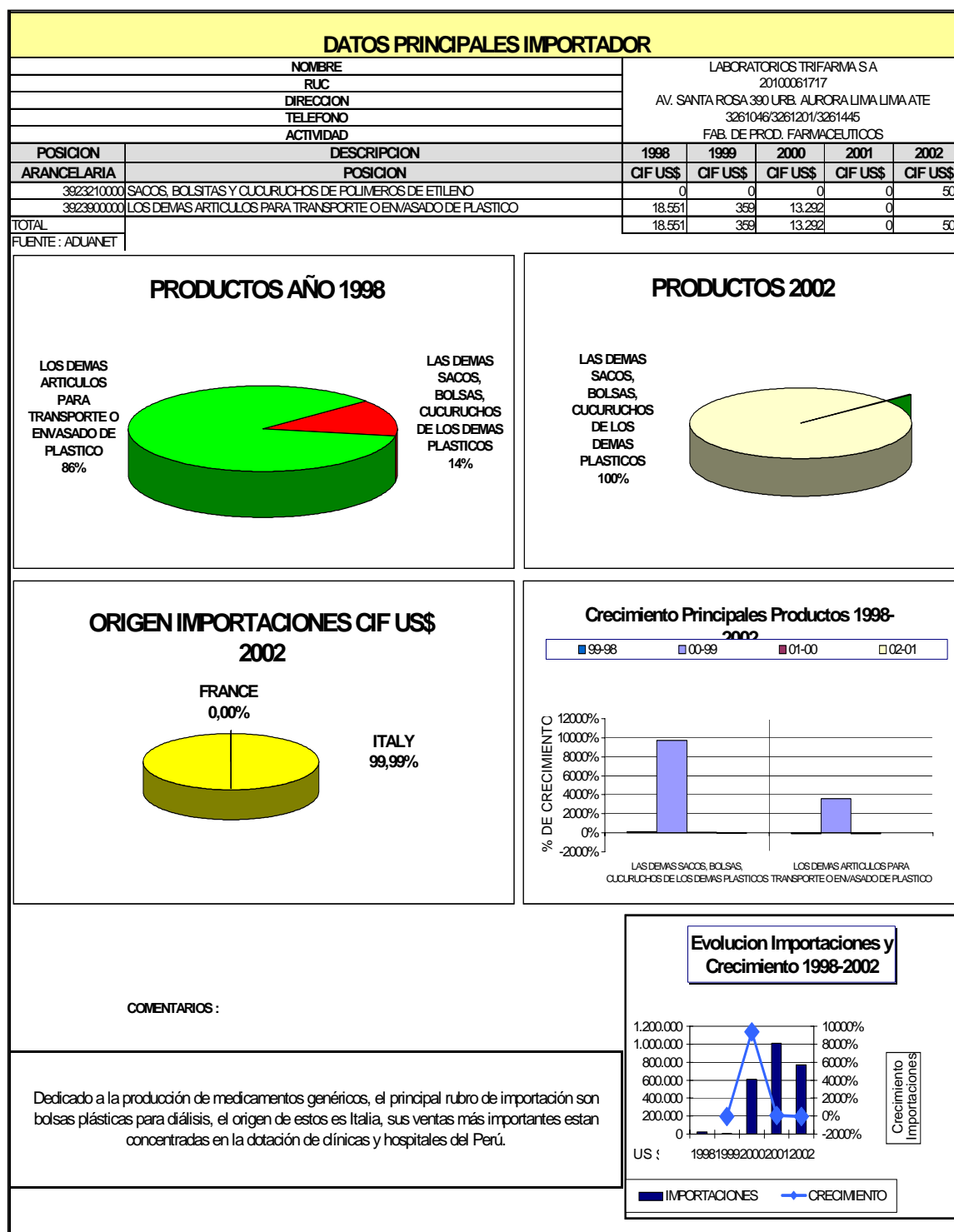
En seguida, se encontrará una base en la cual se definen otros posibles clientes, los cuales pueden ser importantes para cada empresa exportadora colombiana dependiendo de su producto.

## Empresas potenciales segmento de plásticos

Gráfica 49: SMP Distribuciones S.A., 2003.



Gráfica 50: Laboratorios Trifarma S.A., 2003.



**Nombre:** CETCO S.A.

Importador de CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO, provenientes de China, Corea y Taiwán; LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de China, Indonesia y Taiwán; LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Colombia, Estados Unidos, China e Indonesia; y, SACOS, BOLSITAS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Colombia.

**Número RUC:** 20100123763**Dirección:** AV. JORGE BASADRE 198 LIMA SAN ISIDRO**Teléfono(s):** 2113400/2113300**Inicio de Actividad:** 01/02/90**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.**Contacto:** ARROSPIDE DEL BUSTO JOSE GUSTAVO**Cargo:** Gerente General**Nombre:** SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.

Importador de CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Uruguay; LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Chile y SACOS, BOLSITAS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Chile.

**Número RUC:** 20325117835**Dirección:** CAR. PANAMERICANA SUR 312 FND. SANTA RITA ICA SANTIAG**Teléfono(s):** 228022 /229200**Inicio de Actividad:** 06/01/97**Actividad Económica:** CULTIVO DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES./CULTIVO DE FRUTAS.**Contacto:** ARRESE PEREZ VICTOR CARLOS**Cargo:** Gerente General**Nombre:** LABORATORIOS TRIFARMA S A

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Italia.

**Número RUC:** 20100061717**Dirección:** AV. SANTA ROSA 390 URB. AURORA LIMA ATE**Teléfono(s):** 3261046/3261201/3261445**Inicio Actividad:** 03/09/59**Actividad Económica:** FAB. DE PROD. FARMACEUTICOS.**Contacto:** ORMEÑO BARRA LUIS ENRIQUE**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SUPERMERCADOS SANTA ISABEL S.A. 'O' SSISA  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Chile, Italia, Estados Unidos y China.  
**Número RUC:** 20100070970  
**Dirección:** CAL. MORELLI 181 P-2 LIMA SAN BORJA  
**Teléfono(s):** 2118000  
**Inicio Actividad:** 23/11/80  
**Actividad Económica:** VTA. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ  
**Contacto:** GARCIA PYE ALFREDO EMILIO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SEALED AIR PERU S.R.L.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Chile, Argentina y México.  
**Número RUC:** 20382829302  
**Dirección:** AV. MELLO FRANCO 644 LIMA JESUS MARIA  
**Teléfono(s):** 4251207/4234519/3307467  
**Inicio de Actividad:** 29/01/1998  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.  
**Contacto:** ZAMALLOA VENERO TEDDY VIRGILIO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** UNIQUE S.A.  
Importador de CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Indonesia; LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100102413  
**Dirección:** AV. SALAVERRY 2305 LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4418810/4419148  
**Inicio Actividad:** 04/07/80  
**Actividad Económica:** FAB. JABONES Y DETERGENTES.  
**Contacto:** BELMONT DAUELSBERG JANINE MARION  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SMP DISTRIBUCIONES S.A  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Chile; LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de México.  
**Número RUC:** 20264804427  
**Dirección:** CAL. FELIPE SANTIAGO SALAVERRY 401 URB. LOS PINOS (CRUCE CON AV CIRCUNVALACION) LIMA SAN LUIS  
**Teléfono(s):** 3264136/3260277/3260246  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.  
**Contacto:** AMIANTO MEDLING ALDO GINO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ALICORP SAA  
**Importador de:** CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Chile.  
**Número RUC:** 20100055237  
**Dirección:** CAL. CHINCHON 980 URBANIZACION JARDIN (1ER PISO) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4287840/4283240/4422552  
**Inicio de Actividad:** 16/07/1956  
**Actividad Económica:** ELAB. DE ACEITE Y GRASAS./ELAB. DE PRODUCTOS DE MOLINERIA. /ELAB DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS.  
**Contacto:** PIERCE DIEZ CANSECO LESLIE HAROLD  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** EMBOTELLADORA LATINOAMERICANA S.A.-ELSA  
**Importador de:** LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20344943801  
**Dirección:** AV. OSCAR R. BENAVIDES 1111 (EX-COLONIAL) LIMA  
**Teléfono(s):** 3370177  
**Inicio de Actividad:** 02/05/1997  
**Actividad Económica:** ELAB. DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS.  
**Contacto:** LIRA GARCIA VICTOR EDUARDO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** AGRICOLA BARRANCA S. A.  
**Importador de:** LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Italia.  
**Número RUC:** 20107628127  
**Dirección:** AV. ARGENTINA 4090 PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO  
**Teléfono(s):** 4415929  
**Inicio de Actividad:** 22/10/1946  
**Actividad Económica:** CULTIVOS DE CEREALES.  
**Contacto:** POBLETE BRESCIA ALFONSO PEDRO RAFAEL  
**Cargo:** Director



**Nombre:** SAGA FALABELLA S A

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos y China; LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Chile y China; LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Argentina.

**Número RUC:** 20100128056

**Dirección:** AV. PASEO DE LA REPUBLICA 3220 URB. JARDIN LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 6161000

**Inicio de Actividad:** 11/11/1953

**Actividad Económica:** VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.

**Contacto:** ROCA MENDENHALL JUAN XAVIER

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** GLORIA S A

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Argentina;

**Número RUC:** 20100190797 -

**Dirección:** AV. REPUBLICA DE PANAMA 2461 URB. SANTA CATALINA (ENTRE VIA EXPRESA Y REPUBLICA DE PANAMA) LIMA LA VICTORIA

**Teléfono(s):** 222525 /225000 /222500

**Inicio de Actividad:** 04/05/1942

**Actividad Económica:** ELAB DE PRODUCTOS LACTEOS.

**Contacto:** FERRAND ASPILLAGA LUIS JAVIER

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ABBOTT LABORATORIOS SA

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20100096936 -

**Dirección:** AV. BRASIL 2730 LIMA PUEBLO LIBRE (MAGDALENA VIEJA)

**Teléfono(s):** 2193300

**Inicio de Actividad:** 15/03/1945

**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.

**Contacto:** MOY VARGAS HECTOR EDUARDO PIO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** DEAFRANI S.A.C.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHO DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20261413389 -

**Dirección:** AV. AUGUSTO SALAZAR BONDY 1317 Z.I. INDUSTRIAL (OTRO NRO. 1321 - ALT. KM 14 P. SUR) LIMA SAN JUAN DE MIRAFLORES

**Teléfono(s):** 4660680

**Inicio de Actividad:** 10/01/1995

**Actividad Económica:** FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

**Contacto:** GARRIDO PINTO FRANKO ADOLFO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PRODUCTOS AVON S A

Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Venezuela y Brasil.

**Número RUC:** 20100078792

**Dirección:** AV. CARRETERA CENTRAL Z.I. ASOC EXFUNDO SAN ISIDRO (ZONA INDUSTRIAL) LIMA SANTA ANITA

**Teléfono(s):** 2515375/2521088/2522603

**Inicio Actividad:** 01/04/82

**Actividad Económica:** VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.

**Contacto:** BARBOSA ORTEGA CARLOS ALBERTO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** HANAI SRL

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Francia y Germania.

**Número RUC:** 20111611891

**Dirección:** CAL. CABO GUTARRA 779 (781) LIMA PUEBLO LIBRE (MAGDALENA VIEJA)

**Inicio de Actividad:** 01/03/1993

**Actividad Económica:** VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.

**Contacto:** TORRES ESPINOZA FRANCISCO JOSE

**Cargo:** Gerente

**Nombre :** VIROSA IMPORT & EXPORT S.R.L.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Hong Kong, Corea y Taiwán;

**Número RUC:** 20416513261

**Dirección:** JR. MESA REDONDA 988 206 (ENTRE ANDAHUAYLAS Y MESA REDONDA) LIMA

**Inicio de Actividad:** 02/10/1998

**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.

**Contacto:** VALDIVIA PRADO VICTOR RAMON

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ICATOM S.A.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Italia y Chile.

**Número RUC:** 20310422755

**Dirección:** AV. MANUEL SANTANA CHIRI 1151 ICA

**Teléfono(s):** 224534 /223146 /223956

**Inicio de Actividad:** 27/09/1995

**Actividad Económica:** SERVICIOS AGRICOLAS, GANADERAS./TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.

**Contacto:** PRIETO NOGUERA JOSE GUILLERMO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SEGRES SYSTEC S.A.

Importador de : LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS y LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de China;

**Número RUC:** 20100093082

**Dirección:** JR. MARISCAL MILLER 1862 (PARALELA CDRA 18 AV. ARENALES) LIMA LINCE

**Teléfono(s):** 4708077

**Inicio de Actividad:** 01/11/1981

**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.

**Contacto:** KECSKEMETHY DARANYI NICOLAS GEZA

**Cargo:** Director General

**Nombre:** THERMOS DEL PERU SA

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Canadá; LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Taiwán.

**Número RUC:** 20100286476

**Dirección:** AV. JUAN P FERNANDINI 952 URB. ASCONA (ALTURA DE LA CUADRA 9 DE LA AV. BRASIL) LIMA BREÑA

**Teléfono(s):** 4244576/4243160

**Inicio de Actividad:** 23/07/1973

**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.

**Contacto:** VIDAL OLCESE SILVIA LOURDES

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ESTABLECIMIENTOS INCA SAC

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de India; LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos, China y Venezuela;

**Número RUC:** 20100002206

**Dirección:** AV. ARGENTINA 6360 PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO

**Teléfono(s):** 4519306/4519218/4519140

**Inicio de Actividad:** 23/09/1964

**Actividad Económica:** VTA. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.

**Contacto:** HERRERA PAREDES JAVIER EDUARDO

**Cargo:** Director

**Nombre:** EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R LTDA

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Chile;

**Número RUC:** 20287944528

**Dirección:** LAS CANTERAS (CENTRO INDUSTRIAL) AREQUIPA CERRO COLORADO

**Teléfono(s):** 415399 /572379 /203200

**Inicio de Actividad:** 01/06/1995

**Actividad Económica:** ELAB DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS./TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA./ENSAYOS Y ANALISIS TECNICOS

**Contacto:** POLLANDT ALCAZAR PETER

**Cargo:** Gerente

**Nombre:** CIA INDUSTRIAL CONTINENTAL SRL

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de China.

**Número RUC:** 20101308678

**Dirección:** AV. SANTA ROSA 680 URB. LOS SAUCES (686) LIMA ATE

**Teléfono(s):** 3261229/3265745/3263256

**Inicio de Actividad:** 01/05/1989

**Actividad Económica:** FAB. DE OTROS ARTICULOS./FAB. ART. CONFECCIONADOS./FAB. DE MUEBLES

**Contacto:** SATO SAKAGUCHI SERGIO JUAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INDUSTRIAS NETTALCO S.A.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Francia y Estados Unidos y SACOS, BOLSITAS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20100064571

**Dirección:** CAL. CINCO 115 Z.I. VULCANO LIMA ATE

**Teléfono(s):** 3480267/3480266

**Inicio de Actividad:** 06/08/1965

**Actividad Económica:** FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

**Contacto:** CASTRO RODRIGUEZ CARLOS ENRIQUE

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** AMERICAN HOSP SCIEF EQUIP CO DEL PERU SA

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos y LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Dinamarca .

**Número RUC:** 20100162238 -

**Dirección:** AV. ARENALES 500 URB. SANTA BEATRIZ (FRENTE AL PARQUE WASHINGTON) LIMA JESUS MARIA

**Teléfono(s):** 4336516/4337227/4336372

**Inicio de Actividad:** 23/10/1957

**Actividad Económica:** VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.

**Contacto:** MINETTI ONETO CARLOS

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** AGRO INDUSTRIAS BACKUS S.A.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de España y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20104420282

**Dirección:** AV. RICARDO PALMA 894 LIMA MIRAFLORES

**Teléfono(s):** 2414500/4463518

**Inicio de Actividad:** 01/07/1990

**Actividad Económica:** ELAB. FRUTAS, LEG. Y HORTALIZAS.

**Contacto:** KRUGER CARRION JUAN LUIS CHRISTIAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CIA. IND. TEXTIL CREDISA-TRUTEX S.A.A.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos y el Reino Unido y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de España y el Reino Unido.

**Número RUC:** 20133530003 -

**Dirección:** CAL. LOS HORNO 185 URB. VULCANO LIMA ATE

**Teléfono(s):** 3480491

**Inicio de Actividad:** 01/04/1982

**Actividad Económica:** PREP Y TEJ DE FIBRAS TEXTILES.

**Contacto:** HORNY HAMANN ALBERT FREDERICK

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** COUNTRY HOME SA

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO, LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS, LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20130120599 -

**Dirección:** S/N FND. ESQUIVEL (FUNDO LOS AZAHARES) LIMA HUARAL

**Teléfono(s):** 2462940/2464601

**Inicio de Actividad:** 01/09/1974

**Actividad Económica:** CULTIVO DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES.

**Contacto:** SACIO MILLER ALICIA CRISTINA

**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** FERRETERIA SANITARIOS EL PACIFICO SA  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Brasil e Israel.  
**Número RUC:** 20100004080  
**Dirección :** AV. ELMER FAUCETT T 390 URB. LA COLONIAL (ENTRE LAS AVENIDAS ARGENTINA Y COLONIAL) PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO  
**Teléfono(s):** 4511052/4514787  
**Inicio de Actividad:** 12/05/1955  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.  
**Contacto:** CANESSA NICOLINI MARIO FERNANDO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** LIVES S.A.C  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de España e Italia.  
**Número RUC:** 20102089635 -  
**Dirección:** AV. LUNA PIZARRO 336 URB. TEJADA ALTA (A 1/2 CDRA. DE OVALO DE BALTA) LIMA BARRANCO  
**Teléfono(s):** 2473659  
**Inicio de Actividad:** 30/10/1990  
**Actividad Económica:** FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.  
**Contacto:** LLOSA DE CARDENAS DE TELGE MARIA CECILIA DEL CARMEN  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** EMBOTELLADORA RIVERA S.A.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Alemania.  
**Número RUC:** 20102725647 -  
**Dirección:** CAR. TAMBOGRANDE 6.8 250 Z.I. IRRIG COLINIZ SAN LORENZO (A 1KM.CARRT. SULLA TB) PIURA SULLANA  
**Teléfono(s):** 506173 /507119 /508392  
**Inicio de Actividad:** 01/09/1986  
**Actividad Económica:** ELAB. DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS./FAB. DE PRODUCTOS DE PLASTICOS. /TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.  
**Contacto:** RIVERA MISPIRETA VICTOR MANUEL  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** IMP Y COM TORREMOLINOS DEL PERU SA  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Israel.  
**Número RUC:** 20260440901 -  
**Dirección:** AV. MARISCAL CACERES 420 URB. VALDIVIESO LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 3260655/3267914/3264483  
**Inicio de Actividad:** 15/12/1994  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.  
**Contacto:** COSTA AGUIRRE MARIO ABEL  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PERUANA DE MOLDEADOS S.A.  
Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Chile.  
**Número RUC:** 20251995967 -  
**Dirección:** AV. ELMER FAUCETT 3486 URB. BOCANEGRA PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO  
**Teléfono(s):** 5741918/5746061/5750101  
**Inicio de Actividad:** 01/07/1994  
**Actividad Económica:** FAB. ENVASES DE PAPEL Y CARTON.  
**Contacto:** BORDA NORIEGA JOSE ALEJANDRO  
**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC :** 20100147514 -  
**Dirección:** AV. CAMINOS DEL INCA 171 URB. CHACARILLA DEL ESTANQUE LIMA SANTIAGO DE SURCO  
**Teléfono(s):** 3721414  
**Inicio de Actividad:** 01/01/1960  
**Actividad Económica:** EXT. DE MIN. METALIFEROS NO FERROSOS.  
**Contacto:** GONZALES ROCHA OSCAR  
**Cargo:** Director General



**Nombre :** PROCTER & GAMBLE PERU S.R.L.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Colombia y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Argentina.

**Número RUC:** 20100127165 -

**Dirección:** AV. PARDO Y ALIAGA 695 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2153300/2153500/2153324

**Inicio de Actividad:** 09/01/1956

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** MESZAROS MATARESE JORGE MARCELO

**Cargo:** Director Gerente General

**Nombre:** KEYSTONE DISTRIBUTION PERU S.A.C.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20302888401 - **Dirección:** AV. PANAMERICANA SUR 18.5 (AV. AUTOPISTA PANAMERICANA SUR) LIMA CHORRILLOS

**Teléfono(s):** 2582203/2582408/2582092

**Inicio de Actividad:** 22/03/1996

**Actividad Económica:** VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.

**Contacto:** LOPEZ BORRA EDMUNDO OSCAR

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** NOVARTIS BIOSCIENCES PERU S.A.

Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Chile y Tailandia.

**Número RUC:** 20100129028 -

**Dirección:** CAR. CARRETERA CENTRAL 3 1315 Z.I. ZONA INDUSTRIAL LIMA SANTA ANITA

**Teléfono(s):** 4942788/4942789/4941407

**Inicio de Actividad:** 21/09/1962

**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.

**Contacto:** MARSICANO PEREZ CASTILLA LUIS JOSE

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** KIMBERLY-CLARK PERU S.A

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Brasil, LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos y SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Argentina.

**Número RUC:** 20100152941

**Dirección:** CAL. EL BUCARE 598 URB. CAMACHO (ALTURA CUADRA 52 JAVIER PRADO OESTE) LIMA LA MOLINA

**Teléfono(s):** 6181800/2585000/4885020

**Inicio de Actividad:** 23/03/1961

**Actividad Económica:** OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP.

**Contacto:** PETER MENGONI MARCO ANTONIO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** REMAR MATERIALES EIRL

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO, LAS DEMAS SACOS, BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS y LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20125318429 -

**Dirección:** AV. TOMAS GUIDO 620 (ALT COLEGIO MELITON) LIMA LINCE

**Teléfono(s):** 2211175/2211193

**Inicio de Actividad:** 28/08/1981

**Actividad Económica:** VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.

**Contacto:** REMAR CASTRO CARLOS ANDRES

**Cargo:** Gerente

**Nombre:** PLUSPETROL PERU CORPORATION S.A.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20304177552

**Dirección:** AV. REPUB. DE PANAMA 3055 (EDIF. BCO. CONTINENTAL PISOS 7 Y 8) LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 4117100

**Inicio de Actividad:** 23/04/1996

**Actividad Económica:** EXT. PETROLEO CRUDO Y GAS NATURAL.

**Contacto:** BENITO RODRIGUEZ NORBERTO MARIO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CASAS Y COSAS S.A.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Argentina.

**Número RUC:** 20251964573 -

**Dirección:** JR. SAN LORENZO 855 (PUERTA LATERAL LOCAL PRINCIPAL) LIMA SURQUILLO

**Teléfono(s):** 4447700/4218062

**Inicio de Actividad:** 29/03/1995

**Actividad Económica:** VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.

**Contacto:** MAJLUF CUNEO SALVADOR JUAN MIGUEL

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ILKO PERU S.A.C.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Brasil y SACOS, BOLSITAS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Colombia.

**Número RUC:** 20289907743 -

**Dirección:** AV. LOS FAISANES 118 URB. LA CAMPIÑA LIMA CHORRILLOS

**Teléfono(s):** 2515000

**Inicio de Actividad:** 01/08/1995

**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.

**Contacto:** WONG UN CARLOS ALEJANDRO

**Cargo:** Gerente

**Nombre:** TICINO DEL PERU S A

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de México.

**Número RUC:** 20100183588

**Dirección:** P.J. TICINO 160 (CARRETR) LIMA SANTA ANITA

**Teléfono(s):** 3623800/3623809/3623804

**Inicio de Actividad:** 31/08/1961

**Actividad Económica:** FAB. DE APARATOS DE DISTRIBUCION.

**Contacto:** FUENTEALBA MUÑOZ MARIO ADRIAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLASS POINT S.A.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO y LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de China

**Numero RUC:** 20106566721

**Dirección:** AV. SALAVERRY 3100 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2641222

**Inicio de Actividad:** 03/06/1993

**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.

**Contacto:** KERSZENBERG HAAR JOSE

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** JAIME GANOZA E I R L

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos y China

**Número RUC:** 20101990932 -

**Dirección:** AV. PEDRO VENTURO 178 URB. HIGUERETA (MZ. W LT.9) LIMA SANTIAGO DE SURCO

**Teléfono(s):** 4484491

**Inicio de Actividad:** 29/10/1990

**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.

**Contacto:** GANOZA SOUSA JAIME

**Cargo:** Gerente

**Nombre:** DIBIPACK E.I.R.L.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO y LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Italia.

**Número RUC:** 20294336746 -.

**Dirección:** CAL. LOS PLATEROS 205 URB. EL ARTESANO (ALT CDRA 5 AV LOS FRUTALES) LIMA ATE

**Teléfono(s):** 4376710

**Inicio de Actividad:** 01/11/1995

**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.

**Contacto:** OSTINELLI PREVITALI ROLANDO

**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** A W FABER CASTELL PERUANA S A  
Importadora de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Malasia y Germania.  
**Número RUC:** 20100050359 -  
**Dirección:** AV. LA MOLINA 161 FND. INQUISIDOR Y PUL. LET A-B (OVALO SANTA ANITA) LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 3482542/3491900/3491911  
**Inicio de Actividad:** 21/05/1965  
**Actividad Económica:** FAB. DE PRODUCTOS DE PLASTICOS.  
**Contacto:** UEHARA UEHARA CARMEN  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** HERSIL S A LABORATORIOS INDUSTRIALES F  
Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Colombia.  
**Número RUC:** 20100060150 -  
**Dirección:** AV. LOS FRUTALES 220 URB. FDO MONTERRICO GRANDE O LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 4359377  
**Inicio de Actividad:** 17/05/1965  
**Actividad Económica:** FAB. DE PROD. FARMACEUTICOS.  
**Contacto:** SILVA TAPIA GUILLERMO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** VALVOSANITARIA INDUSTRIAL S A  
Importador de: SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Italia.  
**Número RUC:** 20100048290 -  
**Dirección:** JR. MANUEL ANGOSTO 783 INDUSTRIAL (757-783-787) LIMA  
**Teléfono(s):** 3368096  
**Inicio de Actividad:** 12/05/1975  
**Actividad Económica:** FAB. DE BOMBAS, COMPRESORAS, GRIFOS.  
**Contacto:** CANESSA CAVASSA JOSE LUIS  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** DELTA AIR LINES INC. SUCURSAL DEL PERU  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO y LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20387428331 -  
**Dirección:** AV. VICTOR ANDRES BELAUNDE 147 (VIA PRINCIPAL 155, TORRE REAL TRES DTO701) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4406361/2227700/4404328  
**Inicio de Actividad:** 06/05/1998  
**Actividad Económica:** TRANSPORTE REGULAR VIA AEREA.  
**Contacto:** ROSSELLO DE LA PUENTE RAFAEL MARIA  
**Cargo:** Representante Legal

**Nombre:** TEXTGROUP S.A.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes del Reino Unido.  
**Número RUC:** 20264592497 -  
**Dirección:** JR. SUCRE 281 Z.I. URBANIZACION VULCANO LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 3484454/3480491/3494270  
**Inicio de Actividad:** 21/03/1995  
**Actividad Económica:** FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.  
**Contacto:** HORNY HAMANN ALBERT FREDERICK  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CHARPAS S.R.L.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20330848384 -  
**Dirección:** AV. GUARDIA CIVIL 357 URB. LA CAMPIÑA LIMA CHORRILLOS  
**Teléfono(s):** 2520082/2520086  
**Inicio de Actividad:** 08/08/1996  
**Actividad Económica:** FAB. JOYAS Y ARTICULOS CONEXOS.  
**Contacto:** POLO PARADA CARLOS EDUARDO  
**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** INDELAT SAC

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos y Canadá.

**Número RUC:** 20100160707 -

**Dirección:** JR. PABLO OLAVIDE 440 Z.I. PAN NOR LIMA INDEPENDENCIA

**Teléfono(s):** 4855775/4855785/4857793

**Inicio de Actividad:** 01/05/1976

**Actividad Económica:** FAB. OTROS PRODUCTOS DE CAUCHO.

**Contacto:** BENITES DAVILA LIZARDO A

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MAXIMA INTERNACIONAL S.A.

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Taiwán.

**Número RUC:** 20127745910 -

**Dirección:** AV. ERNESTO DIEZ CANSECO 637 URB. SAN ANTONIO LIMA MIRAFLORES

**Teléfono(s):** 4458118/4472963/2418244

**Inicio de Actividad:** 01/03/1992

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** ROCA VILCA WILMAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** DISALTRANS S.A.C.

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20212773809 -

**Dirección:** AV. GUARDIA PERUANA 1120 URB. LA CAMPINA LIMA CHORRILLOS

**Teléfono(s):** 4675616/4675342

**Inicio de Actividad:** 01/04/94

**Actividad Económica:** VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.

**Contacto:** BLACK DENEGRI GUILLERMO ALEJANDRO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INCA TOPS S A

Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Japón.

**Número RUC:** 20100199743 –**Dirección:** AV. MIGUEL FORGA 348 Z.I. PARQUE INDUSTRIAL AREQUIPA**Teléfono(s):** 229998**Inicio de Actividad:** 01/11/68**Actividad Económica:** PREP Y TEJ DE FIBRAS TEXTILES./ACABADO DE PROD. TEXTILES.**Contacto:** CHAVES BELLIDO LUIS ALBERTO**Cargo:** Gerente General**Nombre:** PRODUCTOS SANCELA DEL PERU S.A.

Importador de: SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Colombia.

**Número RUC:** 20255172884 -**Dirección:** AV. REPUBLICA DE PANAMA 2577 URB. SANTA CATALINA LIMA LA VICTORIA**Teléfono(s):** 2114421/2114049**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.**Contacto:** MULDER PANAS LOUIS LEONARDUS**Cargo:** Director**Nombre:** UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA

Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20110768151 –**Dirección:** AV. HONORIO DELGADO 430 LIMA SAN MARTIN DE PORRES**Teléfono(s):** 4820532/3190000**Inicio de Actividad:** 22/09/61**Actividad Económica:** ENSEÑANZA SUPERIOR**Contacto:** SITU ROJAS OSCAR EDMUNDO**Cargo:** Director General Administrativo**Nombre:** G W YICHANG & CIA S A

Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Panamá.

**Número RUC:** 20100030838 -**Dirección:** AV. NICOLAS DE PIEROLA 1658 LIMA**Teléfono(s):** 4283040**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.**Contacto:** WU LUY VICTOR**Cargo:** Gerente General



**Nombre:** Nombre: CHILDREN'S IMPORT S A  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Italia.  
**Número RUC:** 20100986885 -  
**Dirección:** AV. MARISCAL LA MAR 945 URB. SANTA CRUZ LIMA LIMA MIRAFLORES  
**Teléfono(s):** 4411353/4414123/2224381  
**Inicio de Actividad:** 2/04/80  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.  
**Contacto:** FLEISCHMAN HUSID SONIA  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** IBM DEL PERU S A C  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100075009 -  
**Dirección:** AV. JAVIER PRADO ESTE 6230 LIMA LA MOLINA  
**Teléfono(s):** 3176430/3176000/3176443  
**Inicio de Actividad:** 31/01/62  
**Actividad Económica:** CONSULTORES PROG. Y SUMIN. INFORMATIC  
**Contacto:** GRAHAM AYLLON DE ESPINOZA CARMEN ROSA  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** COLD IMPORT S A  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100049857 -  
**Dirección:** AV. ANGAMOS OESTE 686 MIRAFLORES LIMA MIRAFLORES  
**Teléfono(s):** 2429100/4333479/4333517  
**Inicio de Actividad:** 01/01/68  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS./OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR./ACTIV .DE ARQUITECTURA E INGENIERIA  
**Contacto:** CRUZ LAURIANO ADAN PAULINO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MICHELL Y CIA S.A.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Japón.  
**Número RUC:** 20100192650 -  
**Dirección:** AV. JACINTO IBANEZ 436 Z.I. PARQUE INDUSTRIAL AREQUIPA  
**Teléfono(s):** 239894 /202525  
**Inicio de Actividad:** 24/05/83  
**Actividad Económica:** FAB. OTROS PROD. TEXTILES NEOP./OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NC  
**Contacto:** CHIRINOS CHIRINOS MAURICIO LUIS MARTIN  
**Cargo:** Gerente Administrativo

**Nombre:** PRODUCTOS WEENS S.R.L.  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100960223 -  
**Dirección:** JR. GRIMALDO DEL SOLAR 153 LIMA MIRAFLORES  
**Teléfono(S):** 4441700/4443445  
**Inicio de Actividad:** 21/04/81  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.  
**Contacto:** CASTILLO GALARRETA WILLY ROQUE  
**Cargo:** Gerente

**Nombre:** ORIFLAME PERU SA  
Importador de: LOS DEMAS ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO provenientes de China.  
**Número RUC:** 20207770796  
**Dirección:** CAL. MORELLI 181 PS.5 RES. RESIDENCIAL (ALTURA JAVIER PRADO CON AV. AVIACION) LIMA SAN BORJA  
**Teléfono(S):** 2243697/2243698/2243699  
**Inicio de Actividad:** 02/02/94  
**Actividad Económica:** VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.  
**Contacto:** MORALES FLOREZ ENRIQUE  
**Cargo:** Gerente General

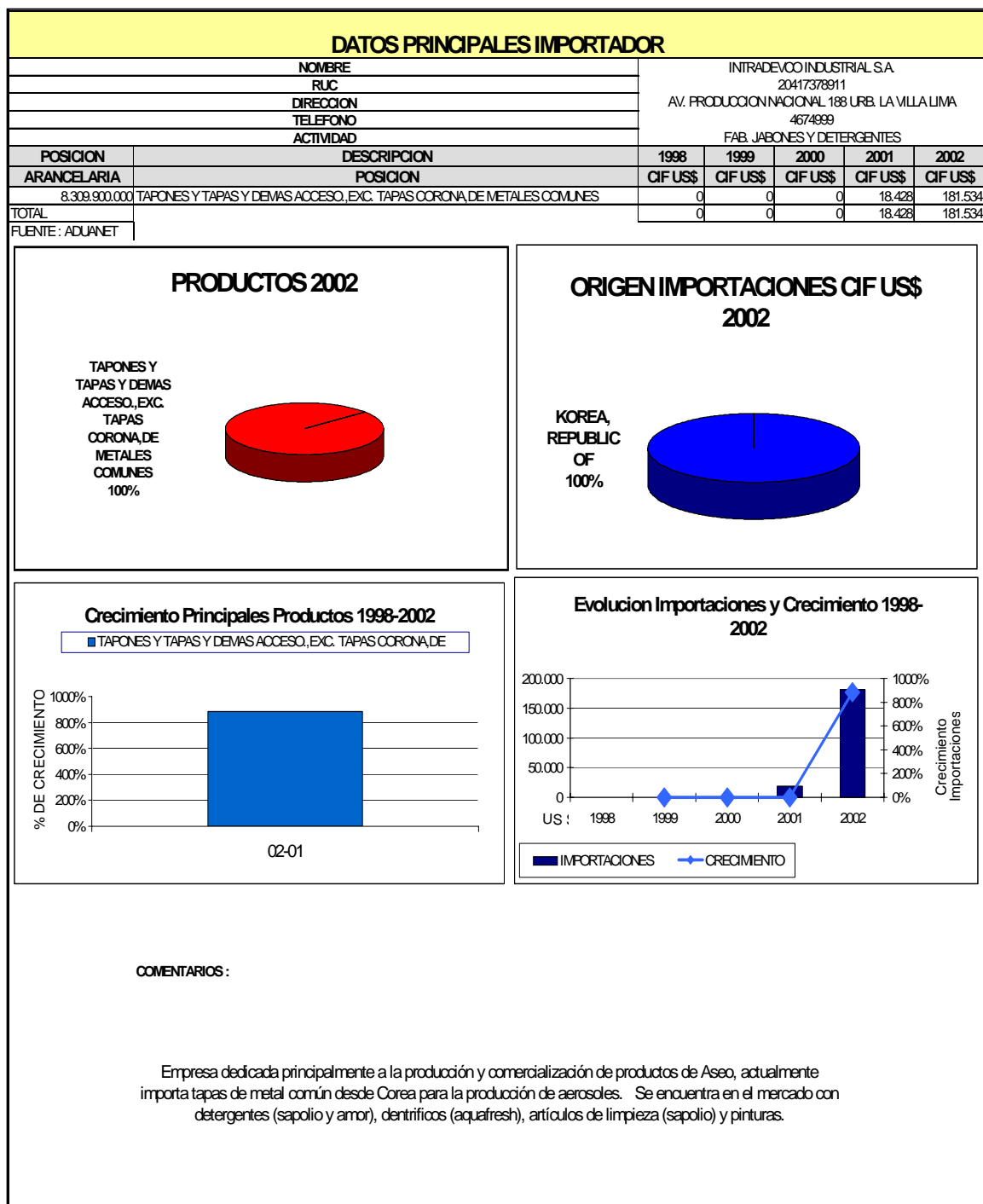
**Nombre:** COMPANIA MINERA ANTAMINA S.A  
Importador de: LAS DEMAS SACOS, BOLSAS, CUCURUCHOS DE LOS DEMAS PLASTICOS provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20330262428 -  
**Dirección:** AV. LA FLORESTA 497 4PS. LIMA SAN BORJA  
**Teléfono(S):** 3726228/2173000  
**Inicio de Actividad:** 30/07/96  
**Actividad Económica:** EXT. DE MIN. METALIFEROS NO FERROSOS.  
**Contacto:** SIMKUS RON  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ROSEN PERU S.A.  
Importador de: SACOS, BOLSITAS Y CUCURUCHOS DE POLIMEROS DE ETILENO provenientes de Chile.  
**Número RUC:** 20258886420 -  
**Dirección:** AV. EL SOL Z.I. ASOC. AGROPEC. VILLA RICA (ENTRE LOS ALMACENES DE SAGA Y RIPLEY) LIMA VILLA EL SALVADOR  
**Teléfono(S):** 2880966/2880963  
**Inicio de Actividad:** 03/11/94  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS./VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.  
**Contacto:** PALMA ESPINOZA ROBERTO MOISES  
**Cargo:** Gerente General

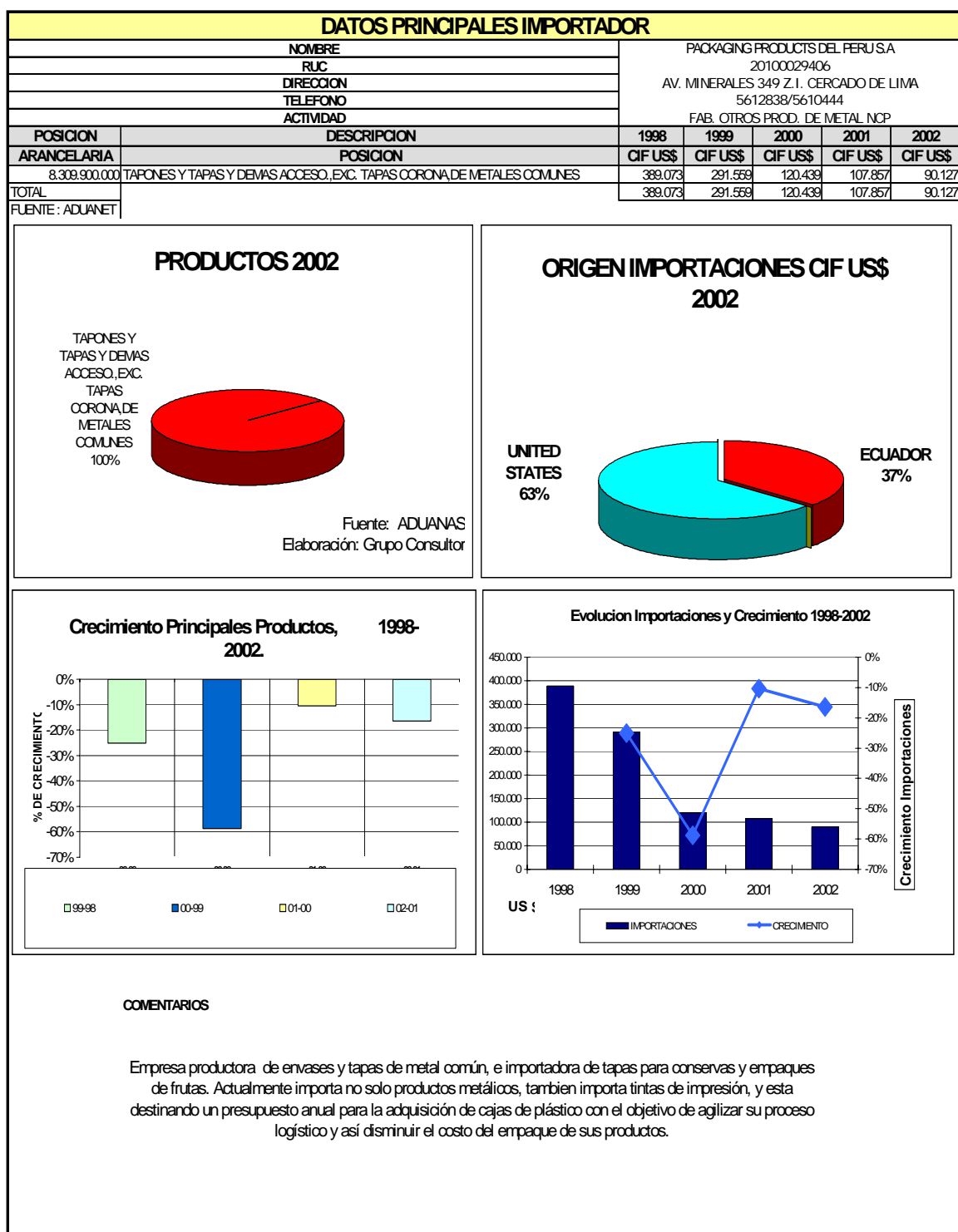
**Nombre:** INDUSTRIAS DE ARTICULOS DE OFICINA S A  
Importador de: CAJAS, JAULAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO provenientes de Germania.  
**Número RUC:** 20100992346 -  
**Dirección:** CAL. LOS NEGOCIOS 281 URB. LIMATAMBO (ALTURA CDRA 40 AV. REPUBLICA DE PANAMA) LIMA SURQUILLO  
**Teléfono(S):** 4229517/2215970/2215961  
**Inicio de Actividad:** 05/02/86  
**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.  
**Contacto:** KRUSE TABOADA CLAUS FRIEDRICH  
**Cargo:** Director

## Empresas potenciales del segmento de metal común

Gráfica 51: Intradevco Industrial S.A., 2003.



Gráfica 52: Packaging del Perú S.A., 2003.



**Nombre:** OWENS-ILLINOIS PERU S.A.

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de España y Ecuador.

**Número RUC:** 20100011701 -

**Dirección:** AV. VENEZUELA 2695 URB. SANTA CECILIA PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO BELLAVISTA

**Teléfono(s):** 4643434

**Inicio de Actividad:** 01/03/1965

**Actividad Económica:** FAB. VIDRIO Y PROD. DE VIDRIO

**Contacto:** LOPEZ ISAZA ANDRES ALBERTO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** IAN PERU S.A.C

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de España.

**Número RUC:** 20126539721

**Dirección:** CAL. LEONIDAS YEROVI 117 (ESQUINA CON AV. MIGUEL DASSO 126) LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 4213125/4216341/4408991

**Inicio Actividad:** 19/09/89

**Actividad Económica:** ELAB. FRUTAS, LEG. Y HORTALIZAS.

**Contacto:** ERDOCIAN BRAVO PEDRO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** AGRO INDUSTRIAS BACKUS S.A.

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de Estados Unidos y España.

**Número RUC:** 20104420282

**Dirección:** AV. RICARDO PALMA 894 LIMA MIRAFLORES

**Teléfono(s):** 2414500/4463518

**Inicio Actividad:** 01/07/90

**Actividad Económica:** ELAB. FRUTAS, LEG. Y HORTALIZAS.

**Contacto:** KRUGER CARRION JUAN LUIS CHRISTIAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.C.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Chile y España.  
**Número RUC:** 20373860736  
**Dirección:** CAR. PANAMERICANA NORTE 521 (OF .SOC .AGRIC  
.VIRU-PAS. EL PEAJE-IZQUIERDA) LA LIBERTAD VIRU  
**Teléfono(s):** 291515  
**Inicio Actividad:** 01/08/97  
**Actividad Económica:** CULTIVO DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES.  
**Contacto:** NICOLINI DE LA PUENTE MIGUEL DOMINGO ERNESTO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ENVASES DEL NORTE S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Ecuador.  
**Número RUC:** 20251781142  
**Dirección:** CAR. PAN .NORTE KM-560 01 02 MAMPUESTO LA  
LIBERTAD TRUJILLO  
**Teléfono(s):** 245682 /206273 /262707  
**Inicio Actividad:** 09/05/94  
**Actividad Económica:** FAB. OTROS PROD. DE METAL NCP.  
**Contacto:** CHICHIZOLA ARTETA GIANCARLO ANDRES  
**Cargo:** Gerente

**Nombre:** CETCO S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Colombia y Brasil.  
**Número RUC:** 20100123763  
**Dirección:** AV. JORGE BASADRE 198 LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 2113400/2113300  
**Inicio Actividad:** 01/02/90  
**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA MENOR.  
**Contacto:** ARROSPIDE DEL BUSTO JOSE GUSTAVO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** UNION DE CER PER BACKUS Y JOHNSTON S.A.A  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Chile, Brasil y Alemania  
**Número RUC:** 20100113610  
**Dirección:** JR. CHICLAYO 594 LIMA RIMAC  
**Teléfono(s):** 3113000/4823453  
**Inicio Actividad:** 01/01/55  
**Actividad Económica:** ELAB. DE BEBIDAS MALTEADAS.  
**Contacto:** BENTIN REMY CARLOS F  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** METALPREN S A

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de Chile, España e Italia.

**Número RUC:** 20100166811

**Dirección:** AV. ARGENTINA 5982 Z.I. INDUSTRIAL PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO

**Teléfono(s):** 4510777/4529260/4519046

**Inicio Actividad:** 01/04/74

**Actividad Económica:** FAB. OTROS PROD. DE METAL NCP./OTRAS ACTIVID. DE TIPO SERVICIO NCP/ELAB. Y CONS DE PESCADO.

**Contacto:** BALARIN DE LA TORRE DANILO G

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** UNIQUE S.A.

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de Brasil, Estado Unidos y España.

**Número RUC:** 20100102413

**Dirección:** AV. SALAVERRY 2305 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 4418810/4419148

**Inicio Actividad:** 04/07/80

**Actividad Económica:** FAB. JABONES Y DETERGENTES.

**Contacto:** BELMONT DAUELSBERG JANINE MARION

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** FERREYROS S.A.A.

Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES provenientes de Estados Unidos y Germania.

**Número RUC:** 20100027292

**Dirección:** AV. INDUSTRIAL 675 LIMA

**Teléfono(s):** 3367070

**Inicio Actividad:** 21/09/31

**Actividad Económica:** VTA. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.

**Contacto:** ESPINOSA BEDOYA OSCAR GUILLERMO

**Cargo:** Gerente General



**Nombre:** CORPORACION INFARMASA S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Italia y Ecuador.  
**Número RUC:** 20100102332  
**Dirección:** AV JAVIER PRADO OESTE 1310 (ESQUINA CON CALLE  
LOS CEDROS) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4416141/4416142/4416145  
**Inicio Actividad:** 28/06/61  
**Actividad:** FAB. DE PROD. FARMACEUTICOS.  
**Contacto:** GABILONDO ALVAREZ SERGIO ALEJANDRO  
**Cargo:** Gerente Administrativo y Financiero

**Nombre:** SANTIAGO QUEIROLO S.A.C.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
proveniente de Italia.  
**Número RUC:** 20100097746  
**Dirección:** AV. SAN MARTIN 1062 LIMA PUEBLO LIBRE  
(MAGDALENA VIEJA)  
**Teléfono(s):** 4631008/4636503/4638777  
**Inicio Actividad:** 25/01/1960  
**Actividad:** ELAB. DE VINOS.  
**Contacto:** QUEIROLO TARGARONA SANTIAGO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INDUSTRIAS DEL ESPINO S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de España.  
**Número RUC:** 20163901197  
**Dirección:** PALMAWASI S-N SAN MARTIN TOCACHE UCHIZA  
**Teléfono(s):** 4424100  
**Inicio Actividad:** 26/11/1992  
**Actividad:** ELAB. DE ACEITE Y GRASAS./FAB. JABONES Y  
DETERGENTES.  
**Contacto:** IRAZOLA ARRIBAS ANGEL MANUEL  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PLUSPETROL PERU CORPORATION S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20304177552  
**Dirección:** AV. REPUB. DE PANAMA 3055 (EDIF .BCO.  
CONTINENTAL PISOS 7 Y 8) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4117100  
**Inicio Actividad:** 23/04/1996  
**Actividad:** EXT. PETROLEO CRUDO Y GAS NATURAL.  
**Contacto:** BENITO RODRIGUEZ NORBERTO MARIO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** DETROIT DIESEL - MTU PERU S.A.C.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100020441  
**Dirección:** AV. ARGENTINA 2020 Z.I. ZONA INDUSTRIAL LIMA  
**Teléfono(s):** 3368107  
**Inicio Actividad:** 20/03/1962  
**Actividad:** VENTA PARTES, PIEZAS, ACCESORIOS.  
**Contacto:** SALHUANA BENZA CARLOS OSWALDO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ORVISA SOCIEDAD ANONIMA  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20103913340  
**Dirección:** AV. ABELARDO QUIÑONES LORETO MAYNAS IQUITOS  
**Teléfono (s):** 263710 /265520 /263976  
**Inicio Actividad:** 04/12/1973  
**Actividad:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR./VENTA  
PARTES, , ACCESORIOS.  
**Contacto:** LOYOLA ROSAS JAIME ARMANDO  
**Cargo:** Administrador General

**Nombre:** TEKNOQUIMICA S.A.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20101292658  
**Dirección:** AV. CESAR VALLEJO 1877 Z.I. CERENZA (PUENTE LA  
ATARJEJA) LIMA EL AGUSTINO  
**Teléfono (s):** 3628800  
**Inicio Actividad:** 01/09/1988  
**Actividad:** FAB. DE PINTURAS Y BARNICES.  
**Contacto:** CARABELLI PACE GUIDO ORACIO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PETRO TECH PERUANA S A  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20203058781  
**Dirección:** AV. LOS INCAS 460 LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono (s):** 4421792/4409550/4409570  
**Inicio Actividad:** 01/01/1994  
**Actividad:** SERV. PETROLEROS Y DE GAS.  
**Contacto:** VARILLAS CUETO MARTIN ALBERTO  
**Cargo:** Director

**Nombre:** SOCIEDAD COMERCIAL DE REP .PUCALLPA S.A.C  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Taiwán.  
**Número RUC:** 20128967606  
**Dirección:** JR. TACNA 665 UCAYALI CORONEL PORTILLO  
CALLARIA  
**Teléfono(s):** 571389 /576183  
**Inicio de Actividad:** 14/02/1980  
**Actividad Económica:** VENTA, MANTEN. Y REPARAC.  
MOTOCICLETAS.  
**Contacto:** PERALTA HORNA CARLOS DANIEL  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MINERA YANACocha S.R.L.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20137291313 -  
**Dirección:** AV. CAMINO REAL 348 P-10 (EDIF. TORRE EL PILAR )  
LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 2152600/2152621/884000  
**Inicio de Actividad:** 01/08/1992  
**Actividad Económica:** EXT. DE MIN. METALIFEROS NO FERROSOS.  
**Contacto:** SCHWALB HELGUERO FEDERICO LEOPOLDO JAVIER  
**Cargo.:** Gerente General

**Nombre:** J P REPRESENTACIONES GENERALES S R L  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20102141572 -  
**Dirección:** JR. AMAZONAS 3670 URB. PERU LIMA SAN MARTIN DE  
PORRES  
**Teléfono(s):** 640566  
**Inicio de Actividad:** 17/11/1986  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.  
**Contacto:** BENAVENTE VILLALTA NANCY  
**Cargo:** Gerente

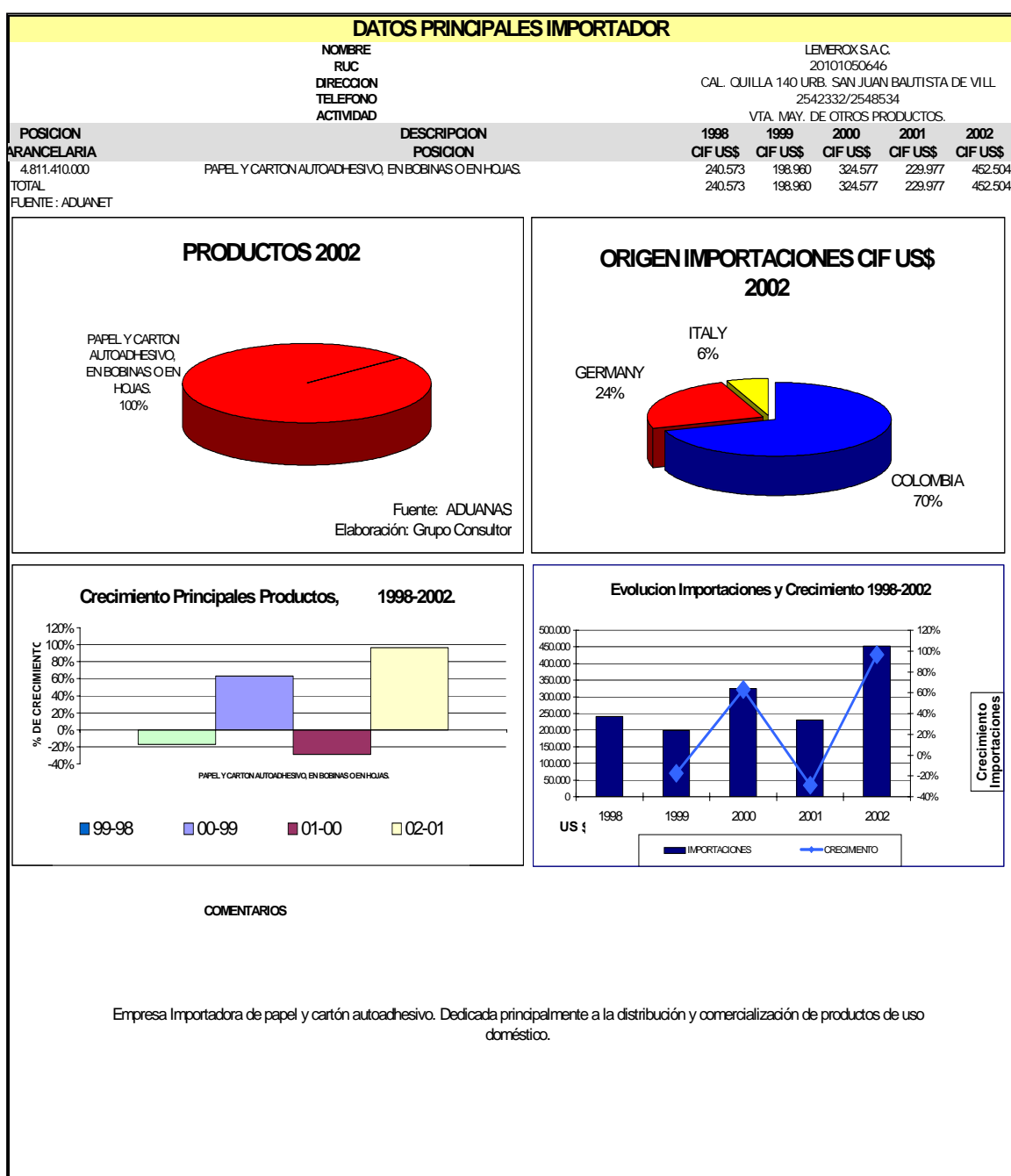
**Nombre:** I PEX-PERU S.A.C  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Corea.  
**Número RUC:** 20344069361 -  
**Dirección:** AV. IQUITOS 369 (PLAZA MANCO CAPAC) LIMA LA  
VICTORIA  
**Teléfono(s):** 4239648/4239096/4245478  
**Inicio de Actividad:** 30/04/1997  
**Actividad Económica:** VENTA PARTES, PIEZAS, ACCESORIOS.  
**Contacto:** RYU SE HO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SCANIA DEL PERU S A  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Brasil y Suecia.  
**Número RUC:** 20101363008 -  
**Dirección:** AV. REPUBLICA DE PANAMA 4679 LIMA SURQUILLO  
**Teléfono(s):** 2413016/4450585  
**Inicio de Actividad:** 02/01/1993  
**Actividad Económica:** VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES.  
**Contacto:** GRAMAJO GUSTAVO HORACIO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** BRADLEY MDH S.A.C.  
Importador de TAPONES Y TAPAS DE METALES COMUNES  
provenientes de Canadá.  
**Número RUC:** 20254556654  
**Dirección:** P.J. LOBATON 120 (ALTURA KM 4.4 CARRETERA  
CENTRAL) LIMA SANTA ANITA  
**Teléfono(s):** 4942374/4942926/3511916  
**Inicio de Actividad:** 03/08/1994  
**Actividad Económica:** ACTIVIDADES .DE ARQUITECTURA E  
INGENIERIA  
**Contacto:** ROMERO ESPINOZA ADRIAN BERNARDINO  
**Cargo:** Gerente

*Base de clientes potenciales del segmento de Papel y Cartón*

**Gráfica 53: Lemerox S.A.C., 2003.**



**Nombre:** LEMEROX S.A.C.

Importador de AUTOADHESIVOS provenientes de Alemania, Italia y Colombia.

**Número RUC:** 20101050646**Dirección:** CAL. QUILLA 140 URB. SAN JUAN BAUTISTA DE VILL LIMA CHORRILLOS**Teléfono(s):** 2542332/2548534**Inicio de Actividad:** 29/03/79**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.**Contacto:** LEMBCKE DIEZ LUIS JAVIER MANUEL**Cargo:** Gerente General**Nombre:** ALICORP SAA

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO provenientes de Colombia.

**Número RUC:** 20100055237**Dirección:** CAL. CHINCHON 980 URBANIZACION JARDIN (1ER PISO) LIMA SAN ISIDRO**Teléfono(s):** 4287840/4283240/4422552**Inicio Actividad:** 16/07/56**Actividad Económica:** ELAB. DE ACEITE Y GRASAS./ELAB. DE PRODUCTOS DE MOLINERIA./ELAB DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS.**Contacto:** PIERCE DIEZ CANSECO LESLIE HAROLD**Cargo:** Gerente General**Nombre:** LOGOTEX SRL

Importador de AUTOADHESIVOS provenientes de Colombia, Italia y Francia e Importador de PAPEL Y CARTON AUTOADHESIVO proveniente de Italia y Francia.

**Número RUC:** 20109114864**Dirección:** JR. MARISCAL LUZURRIAGA 169 (ALTURA CUADRA 13 DE LA AV. BRASIL) LIMA JESUS MARIA**Teléfono(s):** 4313062**Inicio Actividad:** 22/02/91**Actividad Económica:** FAB. DE OTROS ARTICULOS./VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.**Contacto:** JOY WAY ROJAS DANTE**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** 3M PERU S A

Importador de AUTOADHESIVOS provenientes de Estados Unidos y Canadá, importador de PAPEL Y CARTON AUTOADHESIVO proveniente de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20100119227

**Dirección:** AV. ENRIQUE CANAVAL Y MOREYRA 641 URB. EL PALOMAR LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2242728

**Inicio Actividad:** 18/12/63

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** MC LAUGHLIN KING CHRISTOPHER LYMAN

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PESQUERA HAYDUK S.A.

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO proveniente de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20136165667 -

**Dirección:** AV. CANAVAL Y MOREYRA 340 URB. SAN ISIDRO (3ER. PISO) LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2112999

**Inicio de Actividad:** 01/12/1991

**Actividad Económica:** ELAB. Y CONS DE PESCADO.

**Contacto:** BARAKA MAZUELOS MATE MIGUEL

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CARVAJAL S. A.

Importador de AUTOADHESIVOS, CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO, PAPEL Y CARTON AUTOADHESIVO y BOLSAS provenientes de Colombia.

**Número RUC:** 20259778582 -

**Dirección:** AV. JORGE BASADRE 990 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 4409654/4409618/4409685

**Inicio de Actividad:** 27/12/1994

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** BORDA NORIEGA JOSE ALEJANDRO

**Cargo:** Gerente General



**Nombre:** KEYSTONE DISTRIBUTION PERU S.A.C.  
Importador de BOLSAS provenientes de Brasil y Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20302888401  
**Dirección:** AV. PANAMERICANA SUR 18.5 (AV. AUTOPISTA PANAMERICANA SUR) LIMA CHORRILLOS  
**Teléfono(s):** 2582203/2582408/2582092  
**Inicio de Actividad:** 22/03/1996  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.  
**Contacto:** LOPEZ BORRA EDMUNDO OSCAR  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MAGIC COLOR S.A.C.  
Importador de AUTOAHESIVOS y PAPEL Y CARTON AUTOAHESIVO provenientes de Suiza, Alemania y Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20293621064 -  
**Dirección:** PROL BENAVIDES 4314 LIMA SANTIAGO DE SURCO  
**Teléfono(s):** 3231883  
**Inicio de Actividad:** 01/10/1995  
**Actividad Económica:** PUBLICIDAD  
**Contacto:** YAMAMOTO BABA EDUARDO  
**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** NEON 2000 S.A.C.  
Importador de AUTOAHESIVOS y PAPEL Y CARTON provenientes de Estados Unidos, Alemania y Suiza.  
**Número RUC:** 20202799745  
**Dirección:** JR. VICTOR MANTILLA 228 LIMA SURQUILLO  
**Teléfono(s):** 4444124  
**Inicio de Actividad:** 01/12/1993  
**Actividad Económica:** PUBLICIDAD  
**Contacto:** ARAOZ SILLAU JUAN ROBERTO  
**Cargo:** Gerente

**Nombre:** NUTRA S.A.  
Importador de Bolsas de Plástico proveniente de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20144215649  
**Dirección:** AV. EL POLO 271 URB. MONTERRICO LIMASANTIAGO DE SURCO  
**Teléfono(s):** 4353118/4353198/4364488  
**Inicio de Actividad:** 15/05/1993  
**Actividad Económica:** ELAB. PROD. DE PANADERIA.  
**Contacto:** ALCANTARA DELGADO DE CHAVEZ RAQUEL VILMA  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PIGA S.A.

Importador de Bolsas provenientes de Chile.

**Número RUC:** 20345446894.**Dirección:** S/N FND. LA COLMENA (ALTURA KM 312 PANAMERICANA SUR) ICA PACHACUTEC**Teléfono(s):** 239093 /891017**Inicio de Actividad:** 18/04/1997**Actividad Económica:** CULTIVOS DE CEREALES.**Contacto:** PANTOJA SILVA MAURICIO OSVALDO**Cargo:** Gerente General**Nombre:** PHILIPS PERUANA S A

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO y BOLSAS provenientes de Brasil y China.

**Número RUC:** 20100102090**Dirección:** AV. COMANDANTE ESPINAR 719 LIMA MIRAFLORES**Teléfono(s):** 2136208/2136200/2136212**Inicio de Actividad:** 10/02/1939**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.**Contacto:** SIMAS PEIXOTO DE ABREAU PAULO FERNANDO**Cargo:** Gerente General**Nombre:** LAIVE S A

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO proveniente de Ecuador.

**Número RUC:** 20100095450**Dirección:** AV. NICOLAS DE PIEROLA 601 FND. LA ESTRELLA (ALT KM 9.8 CARR CENTRAL, SANTA CLARA.) LIMA ATE**Teléfono(s):** 3560405/3560415/3560329**Actividad Económica:** ELAB DE PRODUCTOS LACTEOS./PRODUC. CARNE Y PROD. CARNICOS. /VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.**Contacto:** PALACIOS REY ENRIQUE CONRADO**Cargo:** Gerente General**Nombre:** FOREVER LIVING PRODUCTS PERU S.R.L.

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20108625580**Dirección:** AV. JORGE BASADRE 120 LIMA SAN ISIDRO**Teléfono(s):** 4419614/4404478/4417802**Inicio de Actividad:** 15/01/1993**Actividad Económica:** VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.**Contacto:** FERNANDEZ ROJAS CARLOS ALBERTO**Cargo:** Gerente

**Nombre:** ARCOR DE PERU S A  
Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO  
provenientes de Brasil y Argentina.  
**Número RUC:** 20191308868  
**Dirección:** AV. GUILLERMO PRESCOTT 325 (COLEGIO SOPHIANUM  
(COSTADO)) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 4220819/4228088/4220857  
**Inicio de Actividad:** 01/11/1993  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y  
TABACO./ELAB. CACAO, CHOCOLATE Y CONFIT.  
**Contacto:** BAZAN ALVAREZ HECTOR MARCELO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** IMPORTADORA ARBEAU PERU S.A.C.  
Importador de BOLSAS provenientes de Estados Unidos  
**Número RUC:** 20384764917  
**Dirección:** CAL. SOR TITA 334 URB. EL ROSAL LIMA SANTIAGO DE  
SURCO  
**Teléfono(s):** 2475256  
**Inicio de Actividad:** 30/03/1998  
**Actividad Económica:** VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART.  
TOCADOR.  
**Contacto:** GIANNONI GATJENS MONICA ANA MARIA MARTINA  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ELECTROLUX DEL PERU S.A.  
Importador de BOLSAS provenientes de Brasil.  
**Número RUC:** 20100073308  
**Dirección:** AV. CAMINO REAL 166 MZ-N URB. SAN FRANCISCO  
(LOTE-4) LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 4368080  
**Inicio de Actividad:** 26/05/1967  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS  
**Contacto:** MERCHOR ORTEGA WINSTON WERTHER  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** TOYOTA DEL PERU S A  
Importador de BOLSAS provenientes de Japón.  
**Número RUC:** 20100132592  
**Dirección:** AV. VICTOR ANDRES BELAUNDE 147 PI12 (TORRE REAL  
UNO -CENTRO EMP. REAL) LIMA SAN ISIDRO  
**Teléfono(s):** 2159090/6111100/5753800  
**Inicio de Actividad:** 06/04/1967  
**Actividad Económica:** VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES.  
**Contacto:** ONOE JIRO  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ACE PERU S.A.C.

Importador de AUTOADHESIVOS, CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO, PAPEL Y CARTON AUTOADHESIVO y BOLSAS provenientes de Estados Unidos.

**Número RUC:** 20112273922

**Dirección:** AV. ENRIQUE CANAVAL MOREYRA 555 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 4418659/4406702/4221558

**Inicio de Actividad:** 28/06/1978

**Actividad Económica:** VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.

**Contacto:** VURNBRAND STERNBERG HOZKEL

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PERUFARMA S A

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO provenientes de el Reino Unido.

**Número RUC:** 20100052050

**Dirección:** JR. STA FRANCISCA ROMANA 1092 URB. PANDO III ETAPA (ENTRE LA AV. UNIVERSITARIA Y VENEZUELA) LIMA

**Teléfono(s):** 5640900

**Inicio de Actividad:** 04/01/1971

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** BELMONT CHIARELLA RAFAEL EUGENIO

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLASS POINT S.A.

Importador de BOLSAS provenientes de China.

**Número RUC:** 20106566721

**Dirección:** AV. SALAVERRY 3100 LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2641222

**Actividad Económica:** OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.

**Contacto:** KERSZENBERG HAAR JOSE

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** COMPAQ LATIN AMERICA CORP SUCURSAL PERU

Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO provenientes de Brasil.

**Número RUC:** 20300119884

**Dirección:** AV. VICTOR ANDRES BELAUNDE 147 P-6 (EDIF. REAL 3 CENT. EMPRS. REAL (PISO 6)) LIMA SAN ISIDRO

**Teléfono(s):** 2112800/4427777

**Inicio de Actividad:** 15/02/1996

**Actividad Económica:** VTA. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.

**Contacto:** RIVADENEIRA BENITEZ KERNEL GEM

**Cargo:** Representante Legal

**Nombre:** NOVARTIS BIOSCIENCES PERU S.A.  
Importador de CAJAS DE PAPEL O CARTON ONDULADO  
provenientes de Estados Unidos.  
**Número RUC:** 20100129028  
**Dirección:** CAR. CARRETERA CENTRAL 3 1315 Z.I. ZONA  
INDUSTRIAL LIMA SANTA ANITA  
**Teléfono(s):** 4942788/4942789/4941407  
**Inicio de Actividad:** 21/09/1962  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.  
**Contacto:** MARSICANO PEREZ CASTILLA LUIS JOSE

## VIDRIO

**Nombre:** INVERSIONES POSEIDON S.A.  
Importador de DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, 0,33 L <  
CAPACIDAD <= 1 L, proveniente de Italia.  
**Número RUC:** 20338300761 -  
**Dirección:** CAL. CONTRALMIRANTE VILLAR 766 URB. SANTA CRUZ  
LIMA MIRAFLORES  
**Teléfono(s):** 4413800/4410542/4410577  
**Inicio de Actividad:** 06/12/1996  
**Actividad Económica:** VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.  
**Contacto:** CERDEÑA BARREDA NAPOLEON HERNAN  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** LABORATORIOS SMA .SAC  
Importador de DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, 0,33 L <  
CAPACIDAD <= 1 L, proveniente de Chile.  
**Número RUC:** 20100898242 -  
**Dirección:** CAL. RENE DESCARTES 391 URB. SANTA RAQUEL II ET  
LIMA ATE  
**Teléfono(s):** 3492705/3493336/3487949  
**Inicio de Actividad:** 01/10/1984  
**Actividad Económica:** FAB. JABONES Y DETERGENTES./FAB. DE  
PRODUCTOS DE PLASTICOS. /FAB.  
**Contacto:** MALAGA DELGADO ROLMER JOSE  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MERCK PERUANA S A

Importador de DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, 0,15 L < CAPACIDAD <= 0,33 L y DEMAS RECIPIENTES DE VIDRIO, 0,33 L < CAPACIDAD <= 1 L, proveniente de Alemania.

**Número RUC:** 20100099447 -

**Dirección:** AV. LOS FRUTALES 220 LIMA ATE

**Teléfono(s):** 4375440

**Inicio de Actividad:** 15/02/1962

**Actividad Económica:** VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.

**Contacto:** EGUREN ELGUERA FRANCISCO

**Cargo:** Gerente División Farmacéutica

**Cargo:** Gerente General

## **ACCESO AL MERCADO**

Es muy importante que el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de envases y empaques a Perú sea previo al inicio del proceso de exportación, pues esto permite al empresario colombiano calcular los montos en que se incrementa el costo de su producto y compararse frente a productos provenientes de otros países.

En este capítulo se describen los impuestos y gravámenes que se aplican a los productos que se importan desde Colombia al Perú, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores. Así mismo se explican los casos específicos en que se aplican y el procedimiento para cumplirlos.

Posteriormente se hace la descripción de los procedimientos para el registro de marcas y cumplimiento de normas técnicas; un análisis comparativo de las condiciones de entrada de los productos colombianos de este sector con respecto al resto de países miembros de la CAN, de la ALADI y el mundo.

Finalmente descripción de la legislación peruana con respecto a la inversión extranjera; el procedimiento para crear una nueva empresa o sucursales de empresas colombianas en Perú.

### **Legislación Cambiaria y Tributaria del sector**

Las importaciones hacia Perú deben cumplir inicialmente el pago de los Derechos Arancelarios y los Impuestos Internos. Dentro de los Derechos Arancelarios se encuentran el Arancel de Aduanas y la Sobretasa Arancelaria. Los impuestos internos son tres: el impuesto de Promoción Municipal, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto Selectivo al Consumo.

### Derechos Arancelarios

El Arancel de Aduanas de Perú, reglamentado a través de la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), corresponde al nuevo texto único de la NANDINA (nomenclatura arancelaria común utilizada por los países miembros de la CAN), desde el 1º de Enero de 2002. La NANDINA esta basada en el Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, actualizada hasta la Enmienda N° 3 del sistema. Su código numérico tiene una extensión de 8 dígitos pero Perú, como todos los Países Miembros, puede crear Notas Complementarias Nacionales y desdoblamientos a diez dígitos, para la elaboración de sus Aranceles, siempre que no contravengan la NANDINA.

La tasa de arancel promedio en Perú ha disminuido progresivamente durante los últimos años hasta situarse en 10.9% a finales de 2002. Conforme a los acuerdos comerciales que se vayan firmando, esta tasa seguirá reduciéndose . Por el Decreto Supremo N° 239-2001 del 26 de diciembre de 2001 se establecieron los derechos arancelarios vigentes en el Arancel de Aduanas de Perú en una tasa general del 12%, a partir del 1º de enero de 2002.

Por otra parte, teniendo en cuenta las medidas que entrarán en vigencia en el corto plazo, de acuerdo a la Decisión 535 de la CAN, que pretende consolidar la Unión Aduanera en la región andina, se estableció un Arancel Externo Común (AEC) que entrará en vigencia desde el 1 de enero de 2004. Perú solamente se acogió al manejo de la franja de precios, en el caso de lácteos.

Los productos colombianos, por su parte, se encuentran beneficiados por el Pacto Andino, ya que de acuerdo a la Decisión 414 de Perfeccionamiento de la Integración Andina, que determina el cronograma de liberación del comercio al interior de la región, las partidas arancelarias correspondientes al sector de envases y empaques, la mayoría están desgravados en un 80%, y quedaran en cero arancel a partir del primero de enero del 2004.



### Impuestos Internos

En este capítulo se describen los impuestos que afectan a las importaciones hacia Perú, su tasa de imposición y las condiciones de pago. Estos gravámenes son recaudados por el Gobierno Central.

#### *Impuesto General a las Ventas (IGV)*

Es el impuesto al valor agregado grava la venta de bienes muebles, importación de bienes y prestación o utilización de servicios en el país, los contratos de construcción y la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

Según el Decreto Supremo N° 055-99-EF, hasta julio del 2003, la importación de bienes estuvo gravada con una tasa del 16% sobre el valor CIF aduanero determinado por la correspondiente legislación, más los derechos e impuestos que afectan la importación con excepción del propio IGV. Pero en este mismo mes, el Congreso de Perú aprobó un incremento de un punto porcentual, con el objetivo de cubrir el presupuesto fiscal que se vio afectado a causa del incremento inesperado de sueldos de empleados públicos durante el año.

Este impuesto se liquida en dólares americanos y se debe cancelar dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha de numeración de la Declaración, o al momento de la presentación de la misma en los casos sujetos al Sistema Anticipado de Despacho Aduanero. El pago debe hacerse en moneda nacional al tipo de cambio de venta vigente a la fecha de pago.

#### *Impuesto de Promoción Municipal (IPM)*

Este Impuesto se aplica bajo los mismos supuestos y de la misma forma que el Impuesto General a las Ventas, con una tasa de 2%, razón por la cual, muchas veces funciona como un aumento de dicho Impuesto. En la práctica, a todas las operaciones gravadas con el Impuesto General a las Ventas se le aplica la tasa del 19%, que resulta de la sumatoria de este impuesto con el de Promoción Municipal

Al igual que el IGV, este impuesto se liquida en dólares americanos y se cancela durante los tres días hábiles siguientes a la fecha de numeración de la Declaración, o al momento de la presentación de la misma si se trata del Sistema Anticipado de Despacho Aduanero.

El pago debe hacerse en moneda nacional al tipo de cambio de venta vigente a la fecha de pago.

#### *Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)*

El Impuesto Selectivo al Consumo es un tributo al consumo específico, y grava la venta en el país de determinados bienes, la importación de los mismos, la venta en el país de los mismos bienes, cuando es efectuada por el importador, y los juegos de azar y apuestas. Los bienes gravados son los incluidos en los Apéndices III y IV del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (Decreto Supremo N° 055-99-EF), que se refieren a productos derivados de los hidrocarburos, vehículos, agua y bebidas alcohólicas y cigarrillos. Los alimentos se encuentran gravados en algunos casos con el Impuesto Selectivo al Consumo.

Este impuesto se aplica mediante tres sistemas diferentes:

- Al valor, para los bienes contenidos en el Literal A del Apéndice IV y los juegos de azar y apuestas.
- Específico, para los bienes contenidos en el Apéndice III y en el Literal B del Apéndice IV.
- Al Precio de Venta al Público, para los bienes contenidos en el Literal C del Apéndice IV.

Las tasas de este Impuesto oscilan entre 0 y 118%, dependiendo del bien gravado. A los envases y empaques no se les aplica este impuesto. (En las tablas de análisis, cuadro comparativo por países, por posición se puede ver las tarifas por posición en caso de ser aplicadas).

#### **Requisitos y Restricciones**

La importación de bienes requiere de certificados generales y específicos determinados por las autoridades competentes de cada país, sobretodo si se trata de productos que puedan afectar la salud humana, como es el caso de alimentos. En este capítulo se describen los requisitos generales y los certificados específicos que deben presentarse en Perú para la importación y comercialización del producto del estudio.

### *Certificado de Origen*

Las normas de origen son instrumentos creados al interior de los acuerdos de integración para poder acceder a las preferencias comerciales pactadas. Es deber del exportador colombiano presentar su certificado de origen a la hora de nacionalizar su mercancía, para poder acogerse a las preferencias arancelarias vigentes dentro del Pacto Andino. En el capítulo de Distribución Física se encuentra el procedimiento y trámite correspondiente para obtener este certificado.

### *inspección preembarque de mercancías*

Los importadores y/o consignatarios de las mercancías que se importan en Perú, cuyo valor FOB sea mayor a US\$ 5000 deberán obtener, previo al embarque y en el puerto de origen, el Certificado de Inspección o Informe de Verificación correspondiente, emitido por la Empresa Supervisora autorizada. Aunque este documento es requerido solo por el importador en Perú al momento de nacionalizar la mercancía, es responsabilidad del exportador colombiano asegurarse de que la mercancía sea inspeccionada y que el Certificado de Inspección o informe de verificación sea emitido y remitido oportunamente al importador. Para ello hay que tener en cuenta que la solicitud de inspección, la cual debe efectuarse con una semana de anticipación a la fecha de envío de la mercancía. (Ver mayor información en el capítulo de Distribución Física Internacional).

### *Requerimientos técnicos del producto a la entrada del país*

El primer requisito que se debe cumplir la mercancía importada desde Colombia en su ingreso al territorio peruano son las descripciones mínimas del productos, esta información debe ser consignada en los documentos de nacionalización, que en el caso de los productos de envases y empaques son las siguientes:

- 3923100000 : Cajas, jaulas y artículos similares, de plástico.
- 3923210000 : Sacos, bolsitas y cucuruchos de polímeros de etileno
- 3923290090 : Las demás sacos, bolsas, cucuruchos de los demás plásticos
- 3923900000 : Los demás artículos para transporte o envasado de plástico

Descripción 1 : Nombre de producto y marca (si la tuviera): ejemplo: polietileno, acetato de celulosa, baldes plásticos marca "Bazar", etc.

Descripción 2 : Composición química: ejemplo: cloruro de vinilo 60% + acetato de vinilo 40%

Descripción 3 : Característica física o analítica y/o dimensiones: ejemplo: líquido, en polvo, lámina de 1000 mm de largo x 300 mm de ancho x 2 mm de espesor

Descripción 4 : Grado de elaboración: ejemplo: plastificado, reforzado con fibra de vidrio, con soporte de materia textil, etc.

Descripción 5 : Uso al que se destina: ejemplo: para fabricación de bolsas de plástico, para la construcción, etc.

4811410000 : Autoadhesivos

4819100000 : Cajas de papel o cartón ondulado.

4819400000 : Sacos, bolsas y cucuruchos con una anchura en la base inferior a 40 cms.

Descripción 1 : Nombre de producto y marca (si la tuviera): ejemplo: papel carbón, papel sulfito, papel prensa, papel bond marca "Atila", etc.

Descripción 2 : Forma de presentación, trabajo superficial, dimensiones y gramaje: ejemplo: hojas de papel gofrado, coloreado en la masa de 400 mm x 110 mm

Descripción 3 : Grado de elaboración / Composición: ejemplo: Crudos / Fibras de madera obtenidas por procedimiento mecánico 100%; Blanqueados / Fibras de ma

Descripción 4 : Uso al que se destina: ejemplo: para cheques, para la fabricación de lijas, impresión, etc.

Descripción 5 : Otras características: ejemplo: grado de blancura (en %); contenido de cenizas (en %).

7010902000 : Demás recipientes de vidrio, capacidad > 0,33 l y ≤ 1 l

7010903000 : Demás recipientes de vidrio, capacidad > 0,15 l y ≤ 0,33 l

Descripción 1 : Nombre de producto, marca y modelo (si lo tuviera): ejemplo: ampollas de vidrio; vasos marca "Destel

Descripción 2 : Uso al que se destina: ejemplo: en automóviles, alumbrado eléctrico, etc.

Descripción 3 : Grado de elaboración: ejemplo: sin trabajar, estirado, soplado, templado, etc.

Descripción 4 : Características físicas y/o dimensiones: ejemplo: lámina de 10 mm de espesor

Descripción 5 : Otras características: ejemplo: capacidad de 1 litro

8309900000 : Tapones y tapas y demás acceso.,exc. tapas corona, de metales comunes

Descripción 1 : Nombre de producto y marca (si la tuviera): ejemplo: martillos, candados "Segur", serrucho "Cortex",

Descripción 2 : Material de fabricación: ejemplo: hoja de acero con mango de madera

Descripción 3 : Uso al que se destina: ejemplo: para servir alimentos, para cajas de seguridad, etc.

### **Registro de Marcas**

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), y en particular la Oficina de Signos Distintivos, es la entidad encargada del registro de marcas de productos o servicios en Perú.

Como recomendación del mismo INDECOPI, el primer paso para registrar una marca es solicitar el servicio de búsqueda de antecedentes para verificar si existe alguna marca parecida a la que se quiere registrar, sin embargo, este no es un factor definitivo, pues el registro de un elemento de la propiedad industrial está sujeto a una evaluación de posible confundibilidad con otros signos registrados, y un examen para determinar si cumple con los requisitos de registrabilidad exigidos. El costo del servicio es de US\$ 11,23 (convertido en soles corresponde a Treinta y ocho soles, setenta y cinco céntimos) por cada denominación, y US\$ 14,4 (convertido en soles corresponde a cuarenta y nueve soles, noventa y un céntimos) por cada figura en cada clase y estas tarifas disminuyen en la medida que se soliciten varias búsquedas en diferentes clases. (Las clases se pueden consultar en los Anexos, así como las tarifas para varias búsquedas). El trámite se demora tres días hábiles.

Los requisitos para solicitar el registro de una marca son los siguientes:

1. Solicitar el formulario de registro de marcas en la caja del INDECOPI (es gratuito)
2. Entregar el formulario debidamente diligenciado y adjuntando los siguientes documentos (ver formulario en Anexos):
  - Comprobante de pago por S/. 424,70 (Cuatrocientos veinticuatro soles con setenta céntimos), correspondiente a US\$ 123,10.

- Si el signo está constituido por un logotipo, envoltura o figura, se deben adjuntar 5 reproducciones que no excedan 5x5 cm, en un solo plano, y en colores si es se quieren proteger.
- Si el signo solicitado está constituido por un envase, las reproducciones deben mostrar el mismo, visto de frente, de perfil, desde lo alto y la base.
- Si el solicitante es una persona jurídica, se deben adjuntar los documentos que acrediten su existencia y representación legal
- Si es una persona natural, se deben adjuntar el nombre y datos. Si actúa a través de algún apoderado, los poderes correspondientes con las firmas debidamente legalizadas.
- Si se trata de documentos expedidos en el extranjero, visación consular.
- Si se reivindicara prioridad, debe anexarse la copia certificada de la solicitud cuya prioridad se reivindica, señalándose expresamente el número de la misma y la fecha y país de presentación.

El procedimiento es el siguiente:

- Ingresar el formulario diligenciado en su totalidad, con los logotipos pegados en el área indicada y los demás requisitos a la Mesa de Partes, área que designará un número de expediente y entregará un cargo de la solicitud presentada
- Una vez admitida la solicitud, dentro de los 15 días hábiles siguientes, esta es examinada por la oficina competente para verificar que se ajuste a los requisitos establecidos.
- Si la Oficina considera que no se han cumplido los requisitos establecidos, notifica al solicitante y este tiene un plazo improrrogable de 60 días hábiles para subsanar las omisiones. Si dentro del plazo señalado no se subsanan dichas omisiones, la solicitud será declarada en abandono y archivada.
- Si la Solicitud de Registro cumple los requisitos formales, la Oficina ordena su publicación por una sola vez, en el diario oficial “El Peruano”, a costo del solicitante; si el signo a registrar está constituido por un logotipo, envase o envoltura, se debe adjuntar una reproducción que no exceda 3x3 cm. Esta publicación debe realizarse dentro de los tres meses siguientes a partir de haber recibido la Orden de Publicación, si no es así, el expediente caerá en abandono y será archivado. Si se solicita el registro de una marca en clases diferentes, se puede pedir una orden de aviso múltiple, hasta dentro de los 10 días siguientes a la fecha de presentación del expediente.
- Dentro de los 30 días hábiles siguientes a la fecha de publicación, cualquier persona que tenga legítimo interés, podrá presentar oposición al registro de la marca solicitada. Posteriormente y después de la presentación de requisitos básicos para el opositor se

iniciará el proceso para tomar una decisión con respecto al registro de la nueva marca.

- Si se vence el plazo anterior sin que se presente ninguna oposición, la Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad y a otorgar o denegar el registro de la marca. Este hecho será comunicado al interesado mediante resolución debidamente motivada.

Se pueden adjuntar copias simples de los documentos requeridos pero en cualquier momento la oficina puede exigir los originales para verificar la información. Si se tramitan varios registros de marca a la vez, se pueden adjuntar los documentos requeridos en solo uno de ellos y en los otros se presentará un escrito haciendo referencia al número de expediente o solicitud al cual se adjuntaron los originales.

La validez del registro de marcas es por diez años, renovable por periodos sucesivos iguales, en forma indefinida. Esta renovación debe solicitarse a la Oficina de Signos Distintivos dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro; sin embargo, existe un periodo de gracia de seis meses después de la fecha de vencimiento en los cuales el titular puede solicitar la renovación del registro adjuntando el comprobante de pago respectivo por S/. 387,50 (trescientos ochenta y siete mil Nuevos Soles con cincuenta céntimos), correspondiente a US\$ 112,31.

### **Situación de los productos colombianos**

Colombia, al hacer parte de la Comunidad Andina de Naciones, entra de forma favorable al mercado de envases y empaques en el Perú pues el gravamen arancelario (impuesto advalorem) está liberado entre un 80% y un 100% en diferentes productos, llegando a ser un 0% en otros, de igual forma actúa para Venezuela, Ecuador y Bolivia. Por otra parte, Perú ha suscrito convenios comerciales en el marco de la ALADI, que afectan el sector en referencia, con Chile, Brasil y Argentina.

Si comparamos la posición de Colombia con respecto a los otros países que no están dentro del marco de la Comunidad Andina de Naciones, se puede apreciar que nuestros productos se benefician de forma directa de estas negociaciones, pues el arancel promedio para todos los países que no tienen Acuerdos Comerciales con Perú es del 12%, mientras que para Colombia es del 2.4% o 0% . Es importante destacar que los países como Brasil y Chile tienen también preferencias pero de menor envergadura.

En las tablas a continuación se presentan las condiciones de acceso para los productos de análisis para los colombianos (por partida) contemplados dentro del presente estudio, frente a los demás países miembros de la CAN y países que tengan acuerdos comerciales vigentes, su periodo de vigencia y las condiciones generales de entrada para el resto de países que no se encuentren beneficiados por convenios comerciales. Al final se muestra el procedimiento para el cálculo del valor final. Este le permitirá al importador hacer el procedimiento del precio en el mercado, como en la sección de distribución física internacional.



**Tabla 30: Cuadro comparativo de impuestos por países de bolsas de polímeros de etileno, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE BOLSAS DE POLIMEROS DE ETILENO													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	3923210000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				C	0,0%	31/12/2002 30/12/2003
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						31/12/2002 30/12/2003
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%	0,0%	100,0%				
	ACE 39	BRASIL	11,3%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999
	Aladi ACE 38	CHILE	10,8%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 31: Cuadro comparativo de impuestos por países de artículos para transporte o envasado de plástico, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE ARTICULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLASTICO													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	3923900000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	01/01/1998 31/12/2005
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/01/1998 31/12/2005
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%	0,0%	100,0%				
	ACE 39	BRASIL	11,3%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999
	Aladi ACE 38	CHILE	10,8%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999

Aplican derechos anti dumping a Chile y en especial a la fabrica : internatinal paper servicen razon a: SOLO: VASOS DE PAPEL CARTON CON POLIETILENO  
MENORES A 21 ONZAS = 29% SOLO : VASOS DE PAPEL CARTON CON POLIETILENO DE 21 Y MENOR A 44 ONZAS = 12%

Conservadores de órganos órgano de control DIGEMID

Obliga da a inspección partida sensible

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración. Grupo Consultor

**Tabla 32: Cuadro comparativo de impuestos por países de cajas de plástico, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE CAJAS DE PLASTICO													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	3923100000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	01/01/1998 31/12/2005
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/01/1998 31/12/2005
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%	0,0%	100,0%				
	ACE 39	BRASIL	11,3%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999
	Aladi ACE 38	CHILE	10,8%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999

Obliga da a inspeccion partida sensible  
 No aplica la exoneracion del certificado de inspeccion  
 No existen restricciones de Inspección  
 No existen Prohibiciones de salida de la mercancía  
 No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas  
 Elaboración. Grupo Consultor

**Tabla 33: Cuadro comparativo de impuestos por países de las demás bolsas de los demás plásticos, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE LAS DEMAS BOLSAS DE LOS DEMAS PLASTICOS													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	3923290000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				C	0,0%	01/01/1998 31/12/2005
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/01/1998 31/12/2005
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%	0,0%	100,0%				
	ACE 39	BRASIL	11,3%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						16/09/2000 - 31/12/9999
	Aladi ACE 38	CHILE	6,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/10/1999 - 30/06/2008
	Aladi ACE 48	ARGENTINA	6,6%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/08/2000 - 31/12/2003

Fuente: Aduanas  
Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 34: Cuadro comparativo de impuestos por países de cajas de papel o cartón ondulado, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE CAJAS DE PAPEL O CARTÓN ONDULADO													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
<b>CONVENIO INTERNACIONAL</b>	GENERAL	4819100000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%				U	0,0%	31/12/2002 30/12/2003
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%						31/12/2002 30/12/2003
		Venezuela	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%						31/12/2002 30/12/2003
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%	0,0%	100,0%				

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 35: Cuadro comparativo de impuestos por países de cajas de papel o cartón ondulado, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE BOLSA CON ANCHURA EN LABASE INFERIOR A 40 CM													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	4819400000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%				Kg	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%				Kg	0,0%	01/01/1998 31/12/2005
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%						01/01/1998 31/12/2005
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%	0,0%	100,0%				
	Aladi ACE 38	CHILE	8,5%	0,0%	17,0%	2,0%	1,00%						01/07/2003 30/06/2004

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 36: Cuadro comparativo de impuestos por países de autoadhesivos, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE AUTOAHESIVOS													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	4811410000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%				U	0,0%	01/01/1998 31/12/2005
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						04/02/2002 31/12/2005
		Venezuela	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/01/1998 31/12/2005
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%	0,0%	100,0%				
	ACE 39	BRASIL	11,3%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999
	Aladi ACE 38	CHILE	10,8%	0,0%	17,0%	2,0%	2,50%						01/07/2003 31/12/9999

Obliga da a inspección partida sensible  
 No aplica la exoneración del certificado de inspección  
 No existen restricciones de Inspección  
 No existen Prohibiciones de salida de la mercancía  
 No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas  
 Elaboración. Grupo Consultor

**Tabla 37: Cuadro comparativo de impuestos por países de recipientes de vidrio con capacidad > 0,33L pero < 1L, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE RECIPIENTES DE VIDRIO CON CAPACIDAD >0,33L PERO < 1L													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	7010902000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	12,4% *	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%			10%	U	0,0%	30/05/2003 30/12/2003
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%			0,0%			31/12/2002 - 30/12/2003
		Venezuela	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%						31/12/2002 30/12/2003
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%	0,0%	100,0%				

Colombia paga un impuesto adicional del : 10%

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración: Grupo Consultor



**Tabla 38: Cuadro comparativo de impuestos por países de recipientes de vidrio con capacidad > 0,33L pero < 1L, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE RECIPIENTES DE VIDRIO CON CAPACIDAD >0,15L PERO < 0,33L													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
<b>CONVENIO INTERNACIONAL</b>	GENERAL	7010903000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%				U	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%				U	0,0%	30/05/2003 30/12/2003
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%						31/12/2002 - 30/12/2003
		Venezuela	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%						31/12/2002 30/12/2003
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	3,00%	0,0%	100,0%				

No aplica la exoneración del certificado de inspección

No existen restricciones de Inspección

No existen Prohibiciones de salida de la mercancía

No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas

Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 39: Cuadro comparativo de impuestos por países de tapas y tapones de metal común excepto tapas corona, 2003.**

CUADRO COMPARATIVO DE IMPUESTOS POR PAÍSES DE TAPAS Y TAPONES DE METAL COMUN EXCEPTO TAPAS CORONA													
	Acuerdo	Partida Arancelaria	ADV	I.S.C	I.G.V	I.P.M	Seguro	V DES	V DER	DER. ESP	Unidad de medida	Sobre tasa	Vigencia
CONVENIO INTERNACIONAL	GENERAL	8309900000	12,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%				Kg	0,0%	
	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%				Kg.	0,0%	31/12/2002 30/12/2003
		Ecuador Y (O) CON.COM. PERU ECUADOR	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%						31/12/2002 - 30/12/2003
		Venezuela	2,4%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%						31/12/2002 30/12/2003
	Convenio Comercial Perú - Bolivia	Bolivia	0,0%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%	0,0%	100,0%				
	Aladi ACE 38	CHILE	8,5%	0,0%	17,0%	2,0%	2,75%						01/07/2003 - 31/12/2016

Obliga da a inspección partida sensible  
 No aplica la exoneración del certificado de inspección  
 No existen restricciones de Inspección  
 No existen Prohibiciones de salida de la mercancía  
 No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía

Fuente: Aduanas  
 Elaboración: Grupo Consultor

## Estructura de los costos de nacionalización en Perú

### Cálculo del costo de importación

Para calcular el costo de importación, deben tenerse en cuenta todos los elementos relevantes para una importación, los cuales son:

Precio FOB

- Flete
- Seguro

Precio CIF

- Derechos
- Gastos de Importación
- Gastos Administrativos

### Costo Total de la Importación

Existen dos formas para calcular el Costo de Importación, las cuales son:

A) Tomar como base la factura comercial, proforma o cotización.

B) Tomar como base las Normas de Valoración de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

En ambos casos, debe establecerse el Precio Normal, que es aquel al que cualquier comprador en un mercado de libre competencia puede acceder. El objeto de la determinación de este Precio Normal, es el de establecer la base sobre la cual se deben de calcular los derechos e impuestos a pagar. El Precio Normal es el precio FOB (FCA) de las mercancías, seguido se le agrega el valor del flete (precio consignado en el documento de embarque correspondiente) y por último, se incluye el valor del seguro, lo que determinará el Precio CIF, conocido como la Base Imponible, precio sobre el cual se calcularán los derechos e impuestos que afectarán una importación determinada.

De acuerdo con las leyes vigentes, se puede establecer un cuadro para la determinación el valor de los derechos e impuestos a pagar en el momento de nacionalizar la mercancía en el Perú:

**Tabla 40: Cálculo del valor de los Impuestos, 2003.**

<b>CÁLCULO DEL VALOR DE LOS IMPUESTOS</b>	
TRIBUTO	BASE IMPONIBLE
Ad Valorem	Valor CIF, Aduanero
Sobretasa Flexible *	
Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)	CIF + ADV + *
Impuesto General a las Ventas (IGV)	CIF + ADV + ISC
Impuesto de promoción municipal (IPM)	CIF + ADV + ISC

Fuente : ADEX, 2003

(\*) Sobretasa Flexible, también denominada Derechos Específicos, aplicada a los productos alimenticios de acuerdo a una relación publicada por las entidades que correspondan.

A la suma total de estos tributos se les denomina ADEUDO, el cual será pagado en ADUANAS, para la nacionalización de la mercadería.

El ADEUDO, es desglosado íntegramente de la siguiente manera:

El IGV e IPM, formarán parte del Crédito Fiscal.

El Ad Valorem, la Sobretasa flexible (si existiera) y el ISC (si existiera) forman parte de los Costos de Importación.

### *El seguro*

Cuando la mercancía no está asegurada, ADUANAS, toma en cuenta, sus Tablas de seguro (el porcentaje es descrito en las tablas decuadro comparativo por países) estableciendo, el valor que ayudará a calcular la base imponible, (este valor solamente servirá para el cálculo de la base imponible, no significa que el importador deberá pagar este monto a ADUANAS).

### Gastos de Importación

El **Costo Total de la Importación** estará formado por:

CIF + Derechos + Gastos de Importación + Gastos Administrativos y Financieros<sup>46</sup>.

<sup>46</sup> ADEX, Administración de Negocios Internacionales, Centro Académico de ADEX

Los gastos de importación abarcan, el pago del informe de verificación y los gastos adicionales en los que incurre la carga hasta el momento de llegar la mercancía a la bodega del cliente, entre los que se encuentran:

- Descarga
  - Handling
  - Tracción
  - Movilización de Carga
  - Conducción
  - Gastos Operativos
  - Almacenaje
  - Servicio al cliente.
  - USO DE equipo
  - Servicios Administrativos
  - Lavado de contenedor
  - Comisión del Agente de Aduana
  - Otros gastos (dependerán del producto importado)
- De esta manera los desembolsos realizados por la empresa no se deben elevar.

Estos gastos se describirán con más detalle en el capítulo de Distribución Física Internacional.

#### - Gastos Administrativos y Financieros

Los gastos administrativos y financieros dependerán de la operación a realizar entre los principales se encuentran:

- Comisiones por apertura y confirmación de la carta de crédito.
- Comisiones por transferencia.
- Intereses de Letras en descuentos.
- Intereses de Pagaré (ejm: Garantía Warrañt)
- Intereses del Advance Account.
- Otros intereses y comisiones.
- Gastos Administrativos.

### **Inversión Extranjera**

Perú se ha preocupado por generar un ambiente propicio para la inversión extranjera, mejorando su solidez y estabilidad como resultado del plan de estabilización económica y el proceso de reformas estructurales aplicadas desde inicios de la década de los noventa.

El marco legal vigente, garantiza y protege la inversión e incluye un régimen de estabilidad jurídica para inversionistas extranjeros soportado mediante la suscripción de convenios con el Estado. A la fecha Perú ha suscrito 28 Convenios de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con igual número de países -entre ellos Colombia-, en los cuales se garantiza un trato no menos favorable que el otorgado a la inversiones de nacionales y/o de otros países, si hay expropiación es por necesidad pública justificada y se reconoce una indemnización al inversionista, se garantiza también la transferencia de fondos (las utilidades pueden ser repatriadas en su totalidad por los inversionistas extranjeros) y limita las facultades del Estado para imponer prácticas restrictivas a la inversión.

En el ámbito externo, este marco legal se complementa con el acceso a mecanismos de protección a nivel bilateral y multilateral, así como a eficientes mecanismos de solución de controversias. También se han suscrito convenios para evitar la doble tributación en los cuales los Estados firmantes renuncian a su jurisdicción tributaria sobre determinadas ganancias y acuerdan que sea uno de los Estados el que cobre el impuesto, o en todo caso que se realice una imposición compartida, es decir que ambos Estados sean los que graven a través del uso de tasas complementarias; para el caso colombiano estos convenios están consignados en la Decisión 40 del Acuerdo de Cartagena.

Perú solamente exige como requisitos a la Inversión Extranjera una comunicación de que la inversión se ha realizado -sin tener que lograr autorizaciones previas-, y que la canalización de la inversión que se realice en moneda libremente convertible, sea a través del Sistema Financiero Nacional.

#### Como constituir una empresa en Perú

El primer paso para establecer una empresa en el Perú es decidir si se va a constituir una empresa nueva o una sucursal. Una vez tomada esta decisión se debe definir el tipo de sociedad o constitución jurídica de la misma; la legislación peruana define sociedad anónima, sociedad colectiva, sociedad comercial de responsabilidad limitada, sociedad civil de responsabilidad limitada, sociedad en comandita por acciones, asociaciones en participación, consorcios y sucursales.

Las formas empresariales más utilizadas son la sociedad anónima y las sucursales.

### *Sociedad Anónima*

Las características de esta forma empresarial son las siguientes:

- No hay limitaciones a la denominación de la sociedad anónima, la única condición es que se indique claramente su naturaleza de “sociedad anónima” o las iniciales “S.A.”
- El capital se integrará por aportes de los socios y estará representado por acciones nominativas; los socios no responden personalmente por las deudas sociales. Para constituir la sociedad es necesario que tenga su capital suscrito totalmente, y cada acción suscrita pagada, por lo menos, en un 25%. No hay un monto mínimo de capital.
- El número de accionistas no puede ser menor a 2 personas naturales o jurídicas, residentes o no residentes en el país.
- Existen dos formas de constituirse, en un sólo acto (Constitución Simultánea), o en forma sucesiva (Constitución por Oferta a Terceros). En ambos casos debe intervenir el Notario Público. Los fundadores de la sociedad deben entregarle a este los documentos e información necesaria para poder iniciar su constitución.

*Constitución Simultánea.* El aporte de capital social debe depositarse en una cuenta abierta en una Institución Financiera del Perú, luego de lo cual los fundadores redactarán la Minuta de Constitución, debidamente refrendada por un abogado, y la llevarán así firmada al Notario, quien la elevará a Escritura Pública, con la finalidad de que se inscriba en el Registro Mercantil correspondiente al lugar donde se constituya.

- *Constitución por Oferta a Terceros.* Los fundadores deben redactar un programa de constitución que llevarán al Notario para efectos de legalización de sus firmas. Una vez legalizadas, se depositarán en el registro mercantil para su posterior publicación, con la finalidad de encontrar potenciales suscriptores. La asamblea de suscriptores se realizará en el lugar y hora establecida en el programa, o en su defecto, en los que señale la convocatoria que hagan los fundadores. En los 30 días siguientes a la celebración de la asamblea, las personas designadas, otorgarán la Escritura Pública de Constitución de la sociedad, la cual se inscribirá en el Registro Mercantil del domicilio de la sociedad.
- *Gastos de Constitución:* Dentro del proceso de constitución de una sociedad anónima, se incurre en gastos notariales, los cuales hacen referencia al monto de capital y a la extensión de la Escritura Pública, gastos registrales que equivalen al 3/1000 del capital social, y otros gastos como la inscripción del nombramiento de Directores, pago de honorarios de abogado, notario, etc.

- Los aportes pueden ser efectuados en moneda nacional y/o extranjera, bienes físicos o tangibles, o contribuciones tecnológicas intangibles, que puedan presentarse como bienes físicos, documentos técnicos e instrucciones; con la finalidad de que sean susceptibles a ser valuados. Los aportes no dinerarios serán revisados por el Directorio.
- Dentro de la sociedad debe existir una Junta General de Accionistas - órgano máximo de la sociedad -, que decida por mayoría (teniendo en cuenta el número de acciones en que se encuentra dividido el capital) los asuntos propios de la sociedad.
- Es deber de la Junta General de Accionistas elegir el Directorio e inscribir dicha designación en el registro mercantil del lugar donde se encuentra domiciliada la sociedad. El Directorio debe estar conformado mínimo por tres personas, y el número de directores quedará fijado en el estatuto, o en su defecto, será fijado por la Junta. El Director no necesariamente tiene que ser accionista, salvo en el caso que el Estatuto así lo disponga, y puede ser un extranjero no domiciliado.
- El directorio tiene las facultades de representación legal y de gestión necesarios para la administración de la sociedad. Sus obligaciones comprenden formular memorias, estados financieros y la propuesta de aplicación de las utilidades. Estos documentos deben reflejar la situación económica y financiera de la sociedad, las utilidades obtenidas o las pérdidas sufridas y el estado de sus negocios.
- Otra función del Directorio es nombrar al Gerente, salvo que el Estatuto indique que esta es facultad de la Junta General. El Estatuto y/o la Junta General especifican el número de gerentes, la duración del cargo y las atribuciones de los mismos. Si las atribuciones del gerente no han sido especificadas, se presume que el gerente está facultado para la ejecución de los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social.
- Es obligación de las empresas llevar los libros de contabilidad principales (Inventario y Balances, Diario, Mayor, Planilla de Sueldos y/o salarios, Actas, Caja, Registro de compras, Registro de ventas), las cuales deben llevarse en castellano y en moneda nacional, salvo en el caso que se hayan suscrito contratos especiales entre la empresa y el Estado que les permita llevar su contabilidad en moneda extranjera. Los libros deben legalizarse ante Notario Público, a excepción de las Planillas que se legalizan en el Ministerio de Trabajo y Promoción Social, pagando la tasa correspondiente en el Banco de la Nación.
- *Utilidades.* Sólo podrán ser pagados dividendos sobre las acciones en razón de utilidades obtenidas o reservas de libre disposición, siempre que el patrimonio no sea inferior al capital social. La distribución de dividendos a los accionistas se realizará en



proporción a las sumas desembolsadas y al tiempo de integración al capital social.

### *Sucursales*

El único requisito para establecer sucursales de empresas colombianas en Perú, es inscribirlas en el registro del lugar de su funcionamiento en el país. Para esto, deben validarse los siguientes documentos registrados en Colombia:

1. Escritura Pública:

Debe contener como mínimo el certificado de vigencia de la sociedad principal en el país de origen en el cual conste que su pacto social no le impide establecer sucursales en el extranjero.

2. Copia del pacto social o del estatuto

Es un acuerdo de establecer la sucursal en el Perú, adoptado por el órgano social competente de la sociedad, que debe indicar el capital que se le asigna para el inicio de sus actividades en el país, la declaración de que tales actividades están comprendidas dentro de su objeto social, el lugar del domicilio de la sucursal, la designación de por lo menos un representante legal permanente en el país, los poderes que le confiere, y su sometimiento a las leyes del Perú para responder por las obligaciones que contraiga la sucursal en el país. El representante legal nombrado en el Perú, debe tener poder para resolver cualquier cuestión relacionada con las actividades de la empresa, para obligar a la sociedad por las operaciones que realice la sucursal y las facultades generales de representación procesal que exige la ley.

### *Contratos Asociativos*

También se considera inversión extranjera directa a los recursos destinados a los contratos asociativos (contrato de asociación en participación, consorcio y joint venture), que otorguen al inversionista extranjero una forma de participación en la capacidad de producción, sin que esto implique aporte de capital, y que corresponde a operaciones comerciales de carácter contractual. A través de las cuales el inversionista extranjero provee bienes o servicios a la empresa receptora a cambio de una participación en volumen de producción física, en el monto global de las ventas o en las utilidades netas de la receptora.

Este tipo de contrato no genera una persona jurídica, deberá constar por escrito y no está sujeto a inscripción en el Registro.

#### Obligaciones de las empresas extranjeras en Perú

Además de los requisitos legales establecidos para la constitución de nuevas empresas o sucursales, las empresas que realicen inversión extranjera en Perú adquieren ciertas obligaciones dentro de la legislación peruana.

#### *Registro Único de Contribuyentes RUC*

La empresa debe registrarse como contribuyente ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), para luego acceder al Certificado que acredita su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes. Para la obtención de este registro se deberá presentar:

1. Minuta de constitución
  2. Recibo de agua o luz del domicilio fiscal
  3. Formato de inscripción de RUC de la SUNAT
  4. Documento de identidad en original del representante legal
- \* Si el trámite lo realiza una tercera persona deberá presentar una carta poder simple otorgada por el representante legal, el documento de identidad en original de la tercera persona.

La inscripción en el Registro Unico de Contribuyentes - RUC, permite que, de forma automática, las empresas obtengan su registro en los Ministerios competentes, así como las autorizaciones y permisos o licencias sectoriales necesarias para iniciar sus actividades, además el registro correspondiente en el Instituto Peruano de Seguridad Social - IPSS, sin perjuicio del trámite que dichas empresas deberán efectuar ante la Municipalidad.

#### *Registro de Inversión Extranjera*

Toda inversión extranjera destinada al capital de una empresa, así como aquellas formalizadas contractualmente con una empresa peruana, incluyendo las asociaciones en participación y cualquier otra forma de asociaciones de riesgo, deben registrarse ante la Comisión Nacional de Inversiones y Tecnologías Extranjeras -CONITE. El procedimiento de

registro y los documentos requeridos dependen del tipo de aporte efectuado.

*Aportes en moneda libremente convertible:* En los casos de constitución de empresas, inversiones en bienes ubicados físicamente en el territorio nacional y en contratos de asociación o similares, se acompañará copia de los documentos que certifiquen la canalización de los aportes a través del Sistema Financiero Nacional -en los cuales figure el nombre o razón social del inversionista como girador en el exterior-, contra cuenta abierta en banco o entidad financiera del exterior a nombre de la empresa receptora de la inversión. Cuando los aportes son destinados a la constitución de empresas, podrá acreditarse el giro a nombre del mandatario o apoderado del inversionista, debiendo certificarse tal condición.

*Aportes producto de la capitalización de obligaciones privadas con el exterior :* Deberá acreditarse la existencia de la obligación pendiente de pago, mediante presentación de copia de los documentos contables correspondientes.

*Aportes en bienes físicos o tangibles, inclusive en casos de contratos de asociación en participación o similares.* Requiere copia de la factura comercial, libre de pago, y de póliza de importación emitida por la Administración de la Aduana correspondiente.

*Aportes en contribuciones tecnológicas intangibles :* Se acompañará copia del certificado de registro de marca, patente u otro elemento de propiedad industrial, expedido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección a la Propiedad Intelectual (INDECOPI) que acredite el derecho, vigente, a nombre del inversionista, así como copia del Acta de la Junta de Directorio o de la Junta de Accionistas, donde conste la confirmación de la valorización efectuada, o copia del contrato correspondiente, en el caso de asociaciones en participación o similares.

*Aportes en moneda nacional con derecho a giro, por concepto de utilidades, dividendos, regalías u otro tipo de acreencias devengadas.* Deberá acreditarse, mediante copia de los documentos contables pertinentes, la disponibilidad de los recursos con derecho a giro. Adicionalmente, en el caso de regalías, deberá adjuntarse copia de la Resolución de Registro, ante el organismo nacional competente, del contrato que generó la obligación.

Además, para todos los casos se adjuntará:

1. Copia de la Escritura Pública de Constitución de la nueva empresa o de la sucursal, según corresponda, con la constancia de inscripción en el Registro respectivo.

2. Copia del asiento contable de capitalización.
3. En el caso de joint-ventures contractuales, copia del correspondiente contrato.

#### *Licencia Municipal de Funcionamiento*

Esta licencia es requisito para funcionar comercialmente, y se solicita ante la Municipalidad de la jurisdicción, donde esté ubicada la sociedad.

#### *Registro Patronal*

Los requisitos son los siguientes:

- Formato otorgado por el Instituto Peruano de Seguridad Social (IPSS)
- RUC
- Libro de Planillas sellado por el Ministerio de Trabajo
- Licencia de funcionamiento o Registro Industrial según sea el caso.
- Libreta Electoral del representante legal

## **DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL**

La cadena de Distribución Física Internacional en el proceso de exportación de mercancías es de vital importancia, ya que la planeación, y el conocimiento de los procedimientos en el despacho de mercancías al exterior garantiza la optimización de las condiciones de acceso, de los costos que se generan y los tiempos de entrega al cliente. El completo control sobre estas variables garantiza la satisfacción de las necesidades del cliente y el éxito de la operación.

Para acercar al exportador colombiano al comportamiento de las variables que influyen en la movilización de mercancías del sector objetivo de este estudio, inicialmente se hace un análisis de la composición y estructura de los medios de transporte utilizados y de la composición del precio CIF de la mercancía.

Por otro lado se presenta un manual en donde se describe el proceso logístico. Este capítulo comienza con una guía práctica para la exportación de mercancía en tres casos específicos: La primera, para procesos definitivos, la segunda con fines específicos como Ferias Internacionales, y la tercera sobre muestras sin valor comercial. Esta guía contiene una descripción de la documentación requerida para cada uno de los casos, los procedimientos a seguir para el ingreso de la mercancía y los actores que intervienen en cada uno de estos procedimientos.

Adicionalmente, se incluye información de los principales puntos de acceso por las diferentes vías de transporte, seguida de una relación de las empresas que intervienen en el proceso logístico y el dinamismo del sector.

Como elementos de apoyo al exportador. En referencia al transporte internacional, las rutas, frecuencias y empresas prestadoras de servicios de transporte internacional desde Colombia pueden consultar en la página de Proexport Colombia, link logística on line <http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/Logistica.asp> allí encontrará información detallada sobre los diferentes servicios que se ofrecen para los diferentes modos de transporte ya sea marítimo, aéreo o terrestre.

## **Distribución Física Internacional de productos del sector de envases y empaques**

### Composición Internacional del transporte en el sector de envases y empaques

La vía de transporte más utilizada en el sector de envases y empaques es la marítima, debido principalmente a la facilidad que representa para los exportadores de otros países la llegada de sus productos al puerto del Callao - ubicado en La Gran Lima- y por la concentración del mercado en la capital del país, además de los menores costos que representa esta vía.

Es importante también tener en cuenta que en general Colombia es el principal proveedor, seguido por España, Estados Unidos y Ecuador. Sin embargo, se puede apreciar que hay países que participan de forma más activa en algunos segmentos que en otros, por lo que la relación puede variar de acuerdo al segmento de envase o empaque al que pertenezca el producto.

La característica fundamental del sector es que los consumidores (en este caso las empresas) deciden sus compras según la relación Precio-Beneficio que obtengan de sus proveedores y claro esta del producto, y donde el principal factor de éxito radica en el ofrecimiento de productos de excelente calidad, pero cada vez a menores precios, justificando así el empleo de la vía de transporte marítima aunque implique más tiempo de tránsito entre el punto de origen y el de destino.

Se puede apreciar, que en la mayoría de los segmentos, por lo menos el 90% de la carga en este sector, maneja de forma marítima, otro factor importante de mencionar es la participación que tiene el transporte terrestre dentro de este sector, pues el comercio entre Bolivia, Chile y Perú se realiza en un alto porcentaje por esta vía.

**Tabla 41: Composición del Uso de Tipos de Transporte del Sector en Volumen, peso neto, 1998-2002.**

COMPOSICION DEL USO DE TIPOS DE TRANSPORTE DEL SECTOR EN VOLUMEN, PESO NETO, 1998-2002.						
CATEGORIA	VIA	1.998	1.999	2.000	2.001	2.002
EMPAQUES PLASTICOS	CARRETERA	6,72%	4,40%	5,18%	5,95%	3,73%
	MARITIMO	86,85%	90,67%	90,91%	89,61%	93,22%
	OTROS	6,43%	6,41%	6,41%	6,41%	6,41%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
PAPEL Y CARTON	CARRETERA	2,48%	15,58%	19,73%	21,71%	27,48%
	MARITIMO	96,57%	83,07%	78,66%	76,77%	71,00%
	OTROS	0,95%	1,35%	1,60%	1,52%	1,52%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
VIDRIO	AEREA	1,77%	2,93%	2,92%	1,15%	0,40%
	CARRETERA	71,01%	69,81%	47,87%	5,51%	2,40%
	MARITIMO	27,22%	27,27%	49,20%	93,33%	97,21%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
METAL COMUN	CARRETERA	3,34%	11,11%	13,45%	15,66%	8,79%
	MARITIMO	95,03%	86,82%	83,18%	82,51%	88,66%
	OTROS	1,63%	2,07%	3,37%	1,83%	2,55%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

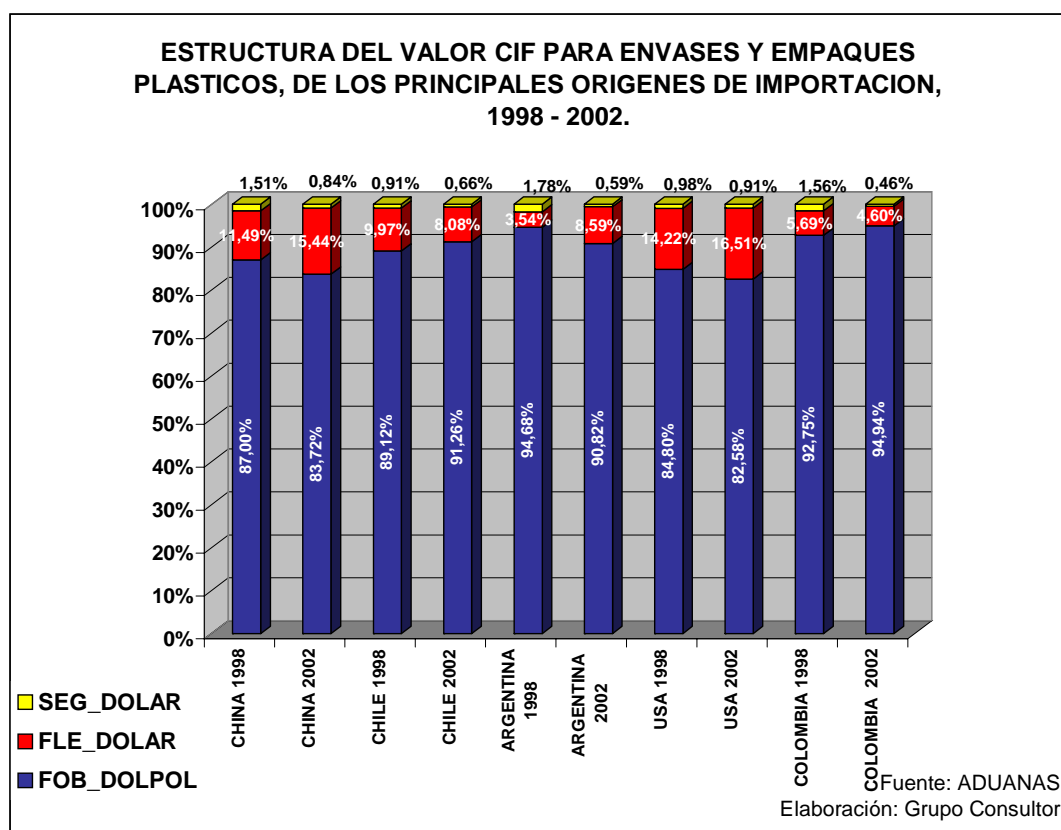
FUENTE: ADUANAS

ELABORACIÓN: GRUPO CONSULTOR

### Estructura del Valor Cif para los productos del sector de Envases y Empaques

Para hacer el análisis de las siguientes graficas, se debe aclarar que el color azul en la base de las barras corresponde a la participación del valor FOB de la mercancía para cada uno de los países que muestran mayor participación del comercio internacional de estos bienes, el color rojo a la participación del valor del flete y el amarillo identifica la participación del valor del seguro. Al sumar estos porcentajes se puede determinar el valor Cif de la mercancía al arribar a puerto peruano y determinar la posición de competitividad que existe entre cada uno de los participantes.

**Gráfica 54: Estructura del valor CIF para envases y empaques plásticos, de los principales orígenes de importación, 1998-2002.**

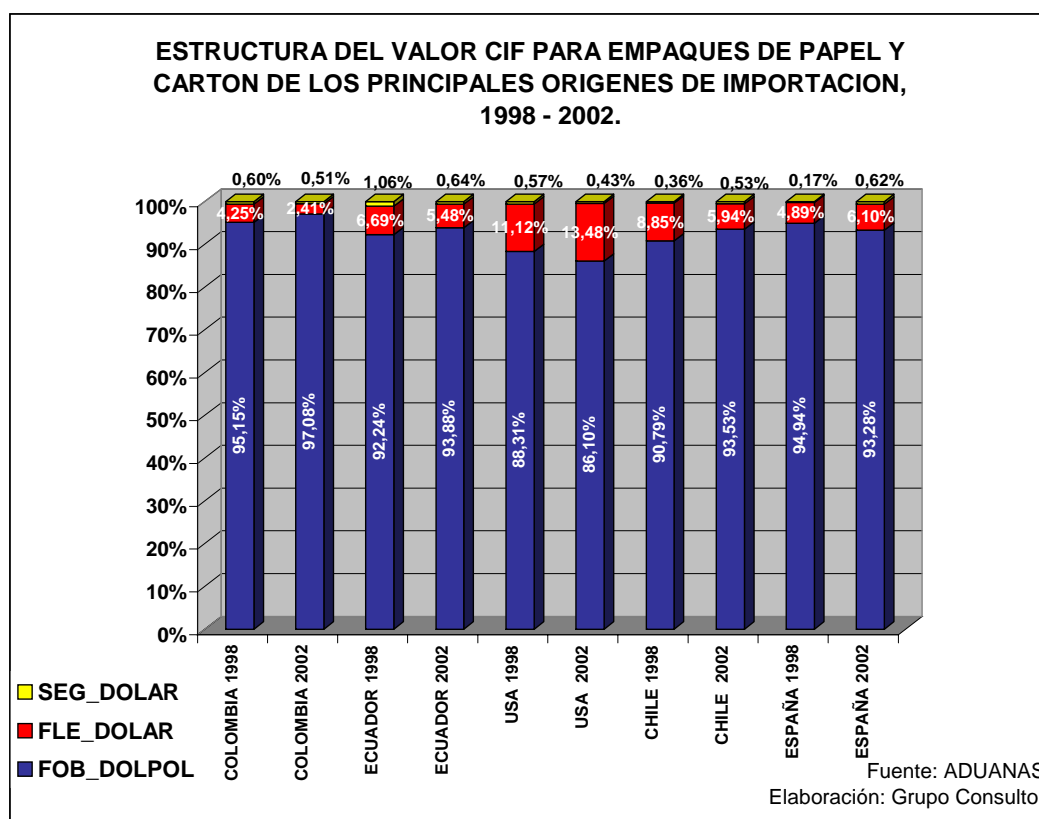


En primer lugar se considera el segmento de envases y empaques de plástico, en donde los productos seleccionados como potenciales provienen principalmente de China, Chile, Argentina y Estados Unidos.

Si se compara la estructura del valor CIF de los productos colombianos con respecto al principal proveedor de los mismos, se puede apreciar que Colombia, por su ubicación geográfica puede llegar al mercado con un precio más competitivo y ofrecer mejores condiciones comerciales a sus clientes en lo que se refiere a precio, tiempo de entrega y volúmenes de compra.

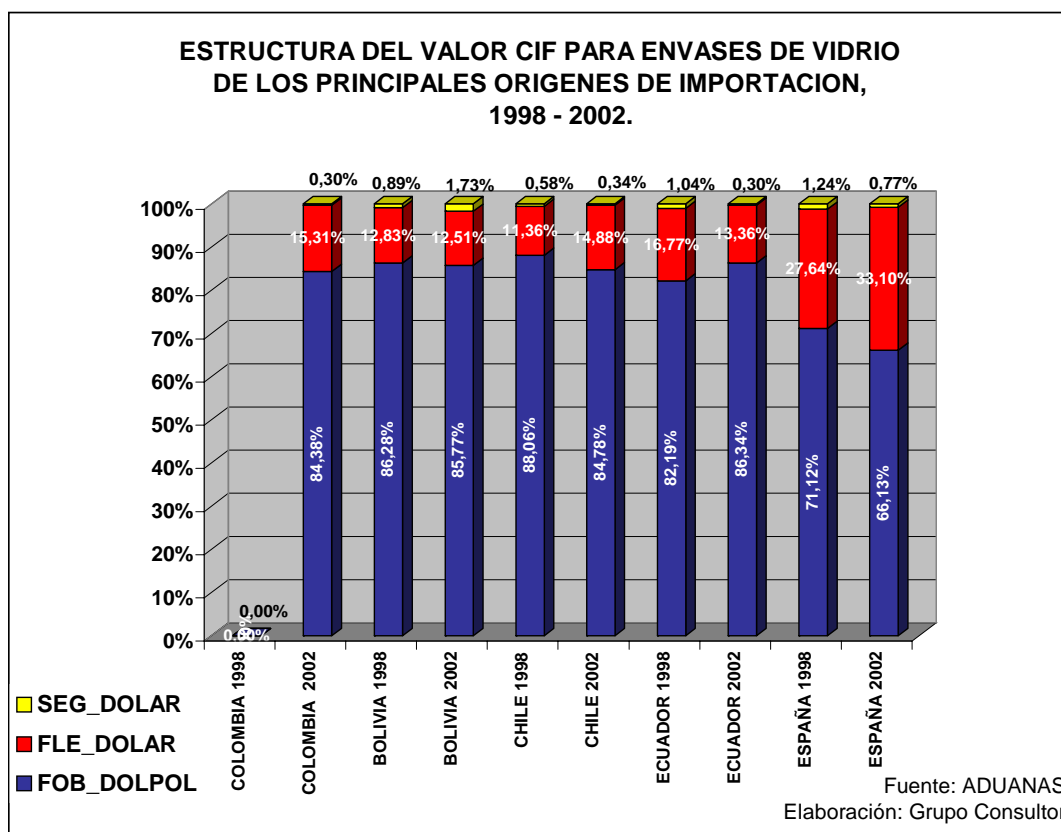


**Gráfica 55: Estructura del valor CIF para empaques de papel, de los principales orígenes de importación, 1998 - 2002.**



En relación con los productos que componen el segmento de empaques de papel, se puede apreciar que Colombia tiene una posición muy ventajosa con respecto a sus competidores, primero, por su ubicación regional, y segundo, por el mejoramiento presentado en el periodo 1998 al 2002, reduciendo la participación del flete con respecto al valor Cif de la mercancía en 1.84 puntos porcentuales. Otro factor importante es que los países que se encuentran en el mercado son latinoamericanos como Ecuador y Chile, quienes representan una competencia más intensa por tener los mismos factores competitivos que Colombia y quienes están ejerciendo una presión muy fuerte en el mercado para ganar más participación en este.

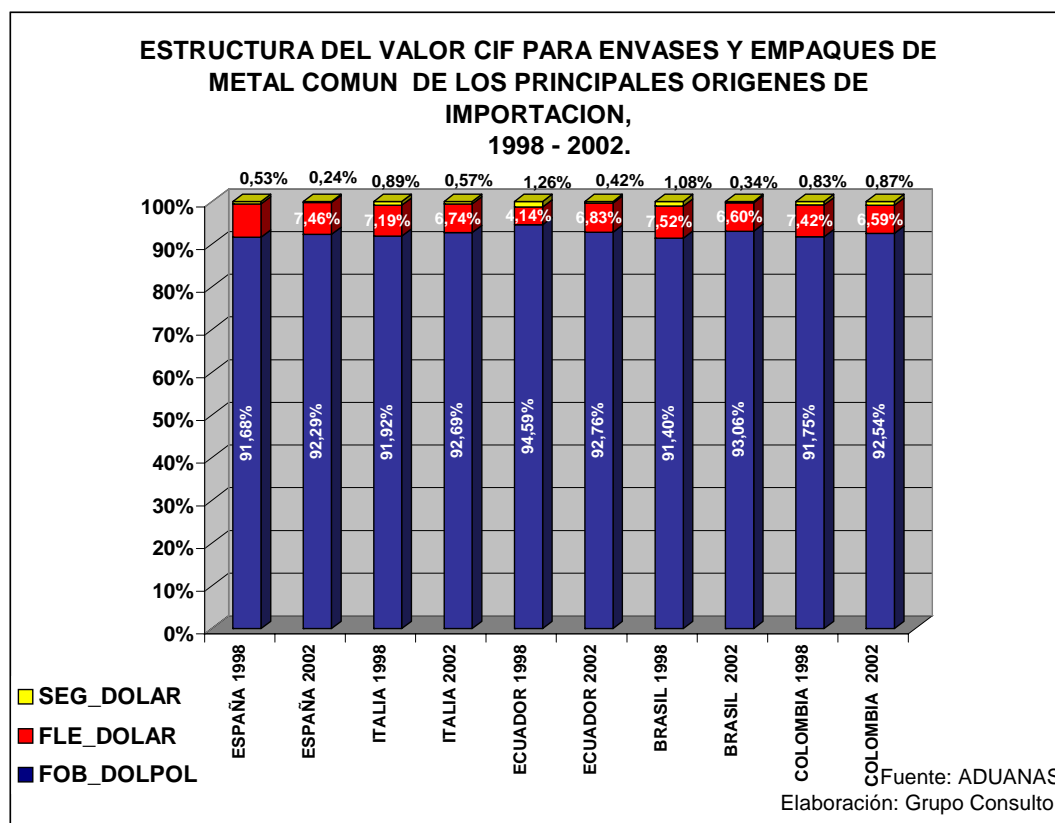
**Gráfica 56: Estructura del valor CIF para envases de vidrio, de los principales orígenes de importación, 1998 - 2002.**



En la estructura del valor Cif para los envases de vidrio, se puede observar que Colombia se ha posicionado tan solo en los últimos años como el principal proveedor de este mercado, razón por la cual no se registran datos para 1998. Este posicionamiento del mercado es motivado, como se mencionó en capítulos anteriores, a la participación accionaria de empresas colombianas en el sector.

Es importante destacar la participación de productos bolivianos, debido principalmente a la relación comercial de la empresa backus & Jonson con empresas de bebidas y embotelladoras de ese país.

**Gráfica 57: Estructura del valor CIF para envases de vidrio, de los principales orígenes de importación, 1998 - 2002.**



En cuanto al comercio de tapas de metal común, excepto las tapas corona, se aprecia que el mayor proveedor es España, siendo este país el que mejor producto ofrece y mejores condiciones de calidad y cumple con los requerimientos de calidad exigidos por el mercado, especialmente de conservas y alimentos envasados.

En tanto países como Ecuador, Brasil y Colombia, aunque tienen una mayor ventaja competitiva por su ubicación, hasta ahora no se han destacado en el mercado por no ofrecer productos con las especificaciones requeridas.

### Proceso exportador a Perú

Con respecto al tema de la logística en el proceso exportador al Perú, es muy importante determinar aspectos que no se conocen o no se tienen en cuenta y que pueden retrasar o entorpecer la labor exportadora. Esto como generador de sobre costos innecesarios, que se presentan frecuentemente por la desinformación y la inadecuada preparación de la documentación y requisitos que se exigen en la aduana del país de destino.

Generalmente se tiene la concepción de que el proceso exportador es lento y dispendioso, e implica innumerables gastos, además de la asignación de mucho tiempo, sin embargo, si el exportador lee cuidadosamente este pequeño instructivo conocerá de forma fácil y corta los pasos a seguir para llevar a buen término esta labor.

Es importante destacar que toda la información presentada a continuación es proveniente de la legislación y normas establecidas en Perú para la realización de las actividades de comercio exterior y que están sujetas a cambios dependiendo de las modificaciones efectuadas por las autoridades aduaneras de ese país.

**Tabla 42: Cadena Logística para Exportar al Perú, 2003.**

LUGAR	PASOS	Empresa o persona que interviene en el proceso	TIEMPO
<b>EXW: EX WORKS</b>			
<b>COLOMBIA</b>	<b>Informe de Verificación</b>	<b>EXPORTADOR</b>	Este toma una semana hábil desde la solicitud del importador hasta la emisión del Informe
	<b>Traslado de la mercancía a Depósito</b>	<b>EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL</b>	Este tiempo depende de la ubicación de la empresa y del puerto de salida de la mercancía
	<b>Trámite documentario para la exportación</b>	<b>AGENTE DE ADUANA</b>	Toma dos días hábiles cuando la documentación esta completa
	<b>Emisión del Documento de Transporte</b>	<b>COMPAÑÍA TRANSPORTADORA DE CARGA INTERNACIONAL</b>	Toma un día después de la salida de la mercancía, en el caso aéreo es menor
	<b>FOB : Free On Board</b>		

LUGAR	PASOS	Empresa o persona que interviene en el proceso	TIEMPO
	Tiempo de Tránsito Internacional		
	Aéreo	EMPRESA DE TRANSPORTE AEREO INTERNACIONAL	E tiempo de vuelo entre Bogotá - Lima es de 3 horas y media
	Marítimo	EMPRESA DE TRANSPORTE MARITIMO INTERNACIONAL	El tránsito del Puerto de Buenaventura al Puerto del callao puede tomar entre 3 y 5 días
	Terrestre	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERNACIONAL	El tránsito desde Bogotá a Lima toma aproximadamente una semana
CIF : Cost Insurance and Freight			
Llegada a Puerto o Aeropuerto	Descargue de la mercancía	TERMINAL DE ALMACENAMIENTO	Toma entre una y tres horas, desde la llegada del medio de transporte aproximadamente
	Cargue de la mercancía en camión para su traslado		
	Traslado de la mercancía al terminal de almacenamiento		
DDU : Delivery Duty Unpaid			
Terminal de Almacenamiento	Recepción de la mercancía	TERMINAL DE ALMACENAMIENTO	Toma entre tres y cinco horas depende como venga la carga (Contenedor, carga suelta)
	Desconsolidación de la carga		
	Emisión de manifiesto de carga		
	Nacionalización de la carga	AGENTE DE ADUANA	Toma entre dos y cinco días cuando las condiciones son óptimas para la nacionalización
	Aforo de la mercancía		
	Retiro de la mercancía		
DDP: Delivery Duty Paid			
Disposición del Importador	Transporte al lugar convenido con el importador	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL	Esto depende de las indicaciones de destino que tenga el importador Ver cuadro de tiempos en la sección de transporte terrestre

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

El primer paso para exportar al Perú es identificar exactamente el producto a exportar según la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado. Para el caso de Perú – Colombia se aplica la nomenclatura NANDINA establecida bajo el marco de la Comunidad Andina de Naciones. Realizar este paso es fundamental para la identificación de los requisitos que se deben cumplir.

Una vez definida la posición arancelaria, se puede establecer el conjunto de normas y requisitos arancelarios y no arancelarios que deben cumplir las mercancías al momento de su despacho. Estas normas y requisitos deben ser estudiadas con rigor, ya que de esto depende el que un producto sea competitivo o no en el mercado. Recuerde que el pago de gravámenes arancelarios y tributarios actualmente se encuentran negociados bajo los acuerdos comerciales en la Comunidad Andina de Naciones, otorgando una reducción en el valor del pago de impuestos al ingreso de mercancías a los países miembro. (Ver en detalle en el capítulo de acceso al mercado). Aparte, usualmente dentro del conjunto de normas y requisitos encontrará con lo siguiente:

- El porcentaje de gravamen arancelario que se le aplica a la posición arancelaria seleccionada.
- Los impuestos locales que debe pagar la mercancía para su ingreso al país como son: el Impuesto General a las Ventas (IGV) que es del 17%, el Impuesto Selectivo a las Ventas (ISC) que depende del tipo de producto, el Impuesto de Promoción municipal (IPM) que es del 2% y se aplica a todos los productos, Derechos Específicos, Derechos Antidumping, Sobretasas y Seguros.
- Si la mercancía está sujeta a reconocimiento preembarque, Certificados adicionales que deben ser solicitados en el país de destino como son autorizaciones o vistos buenos (fitosanitarios, zoosanitarios, etc) para el ingreso de la mercancía.
- Sobretasas adicionales que se deben pagar dependiendo de la mercancía a exportar (ver más información en el capítulo de acceso al mercado).

Posteriormente, se establecen las unidades de medida que rigen para el producto en el país de destino y que deben especificarse en la factura. En el caso de Perú, se aplica el Sistema Internacional de Medidas (SI) , las unidades de base son:

**Tabla 43: Unidades de base SI, 2003.**

MAGNITUD	UNIDAD	SÍMBOLO
Longitud	metro	m
Masa	kilogramo	kg
Tiempo	segundo	s
Intensidad de corriente eléctrica	ampere	a
temperatura termodinámica	kelvin	k
Intensidad luminosa	candela	cd
Cantidad de sustancia	mol	mol
Volumen	litro	lt

Fuente: INDECOPI

Elaboración GRUPO CONSUTOR

### Documentos Requeridos para la exportación

Para ingresar los productos el exportador debe tener listos y enviar al importador los siguientes documentos:

Factura Comercial  
Informe de verificación  
Certificado de Origen  
Documento de transporte

A continuación se detallará el contenido de cada uno de ellos:

#### Factura Comercial

Nombre o razón social del remitente, Domicilio legal  
Número de orden, lugar y fecha de su formulación  
Nombre o razón social del importador y su domicilio  
Marca, otros signos de identificación, numeración del bulto; clase de los mismos y peso del bulto  
Descripción detallada de las mercancías; indicándose: número de serie, código, marca de la mercancía, modelo, unidad de medida, características técnicas, estado de la mercancía (nueva o usada), año de fabricación u otros signos de identificación si los hubieren  
Origen de la mercancía, entendiéndose por tal, el país en que se ha producido.

Valor FOB unitario de las mercancías según su forma de comercialización en el mercado de origen, ya sea por medida, peso, cantidad u otras formas

Número y fecha de pedido o pedidos que se atiendan

Número y fecha de la carta de crédito irrevocable que se utilice en la transacción, cuando lo hubiere

Cuando las facturas comerciales no consignen todos estos datos, o no sean precisos para su clasificación arancelaria, es necesario proporcionarla al importador para especificarla en el documento de nacionalización.

Se considera original la factura comercial remitida por medios electrónicos desde el interior e impresa en el Perú.

#### Certificado de inspección

De conformidad con la legislación del Perú, a partir del 1 de marzo de 1997 el sistema de supervisión de importaciones se aplicará a la importación de mercancías cuyo valor FOB exceda los USD5.000,00 (cinco mil dólares americanos). Este servicio debe ser solicitado por el importador anexando la siguiente información:

-Datos del importador: Nombre o razón social, domicilio, teléfono, fax, persona responsable y el Registro Único Comercial

-Datos del vendedor: Estos datos corresponden a la empresa que emite la factura de venta y recibe el pago, el vendedor debe comunicar a la oficina filial de la empresa certificadora en el país de embarque, dónde esta ubicada la mercancía para ser supervisada.

-Información anexa: A esta solicitud debe ser complementada con una orden de pedido emitida por el importador donde proporcione la siguiente información:

-Términos de compra (INCOTERMS FOB, CIF, CFR, DDP, etc);

-Forma de pago, (carta de crédito, contra entrega de documentos, pago adelantado, etc), dependiendo de la negociación, el medio de transporte, (marítimo, terrestre, aéreo, fluvial); aduana de ingreso, (debe especificarse la aduana por donde va a ser ingresada la mercancía); país de origen, (país de donde viene originariamente la mercancía); país y lugar de embarque, (detallar exactamente donde se va a embarcar la mercancía, ejemplo: puerto colombiano no es suficiente); fecha de embarque, (la fecha en la que se estima se va a hacer el embarque).

Adicionalmente, cada orden de pedido por parte del importador debe contener información sobre la clasificación específica de la o las



posiciones arancelarias, así como una descripción de las mercancías, la cantidad, valor FOB unitario y el valor FOB total de la importación. También debe mencionarse si las mercancías son usadas y en que año fueron fabricadas.

Es importante saber que las mercancía amparadas en distintas facturas comerciales emitidas por un mismo proveedor extranjero, consignadas a un mismo vehículo transportador, con dos o más conocimientos de embarque, guías aéreas o cartas de porte, requerirán certificado de inspección, si en conjunto su valor es mayor o iguales a USD5.000,00

Según la legislación peruana, no está sujeta a inspección la nacionalización de las mercancías internadas bajo los siguientes regímenes o excepciones:

- 1- Por la partida arancelaria, según los Decretos Supremos 003-96-EF y 015-97-EF.
- 2- Por el valor; toda mercadería menor a los US\$ 5,000 en términos FOB .
- 3- La mercadería destinada a importación o admisión temporal.
- 4- Las donaciones destinadas a las entidades privadas, con fines benéficos, reconocidas oficialmente, y al sector público Nacional..
- 5- Los obsequios efectuados de conformidad con el Decreto Ley No. 22602 y Decreto Legislativo 503.
- 6- Los bienes comprendidos en los dispositivos sobre equipaje y menaje de casa.
- 7- Las importaciones efectuadas por el personal diplomático acreditado en el país o por organismos internacionales al amparo de los dispositivos legales vigentes.
- 8- Las mercancías consideradas como material de guerra o secreto militar, equipos y armamentos destinados a la defensa nacional.
- 9- Los envíos postales sin carácter comercial.
- 10- Las mercancías que por ley se encuentran exoneradas de todos los tributos de importación y demás gravámenes.
- 11- Las importaciones que efectúe el Estado a través de los organismos señalados en el inciso a) del artículo 7o. de la ley 26199 Ley Marco del Proceso Presupuestario para el Sector Público.
- 12- Otras establecidas en legislación específica<sup>47</sup>.

Las empresas certificadoras son: Bureau Veritas, Cotecna Inspection y SGS. El costo del servicio que debe cobrar la Empresa Supervisora, es una tarifa máxima de 1% del valor FOB de la mercancía, siendo la tarifa mínima de US\$ 250,00.

---

<sup>47</sup> [www.bureauveritas.com](http://www.bureauveritas.com)

### Certificado de Origen

Es la Acreditación Documental del Origen y Producción Nacional de una mercancía, y se realiza a través del diligenciamiento del Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen. Para que un producto pueda acogerse a las ventajas preferenciales de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado, en el momento de la importación, de un Certificado de Origen emitido en Colombia, donde se indiquen las normas o criterios de origen a cumplir, debidamente firmado y sellado por el funcionario oficial habilitado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; para tal efecto. Dependiendo del esquema preferencial o acuerdo de que se trate, existen varios tipos de certificados de origen, en el caso de Perú se debe cumplir con el certificado código N. ALADI- 255.

El trámite para obtener este certificado se realiza ante el Ministerio de Comercio, Industria y turismo; la solicitud de cada formulario tiene un costo de \$10.000,00 pesos colombianos que se consignan en el Banco Cafetero. Para obtener más información remitirse a:

[www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

Cabe señalar que este certificado debe solicitarse cada vez que se vaya a efectuar una exportación, y hacerlo llegar al importador para la nacionalización de la mercancía.

### Documento de transporte

Se considera documento de transporte, el documento o factura que emite el transportista, detallando el costo del transporte desde el origen hasta su destino. Este documento es requerido por la aduana para el cálculo del valor en aduana de la mercancía. El documento emitido por el transportista, en el caso de transporte marítimo es conocido como Conocimiento de Embarque o Bill of Lading (B/L), para el caso aéreo Guía aérea o Air Way Bill (AWB), y Carta de porte en el caso de transporte terrestre.

En el caso del transporte marítimo, se considera válida la presentación de la primera copia del documento de transporte o la fotocopia debidamente visada por la empresa transportista.

## Proceso de nacionalización

### *Importación definitiva*

La importación o exportación de bienes en el Perú se realiza bajo diferentes modalidades dependiendo la finalidad que tenga el ingreso, traslado o salida de la mercancía. Los regímenes, operaciones y destinos aduaneros especiales, o de excepción, son los siguientes:

Régimen definitivo: Se aplica en procesos de importación y exportación

Régimen suspensivo: Se utiliza en procesos de tránsito, trasbordo, depósito de aduana

Régimen Temporal: Aplicable para importación temporal para reexportación en el mismo estado, exportación temporal, importación temporal.

Régimen de perfeccionamiento: En casos de admisión temporal para Perfeccionamiento activo, drawback, reposición de mercancías en franquicia.

Régimen de Operaciones aduaneras: Para procesos de reembarque.

Régimen de destinos aduaneros especiales o de excepción como envíos de muestras comerciales e internamiento para ferias comerciales.

Es importante anotar que el importador debe tener actualizada su información ante la Superintendencia Nacional Tributaria y de Aduanas. El RUC (Registro Único de Contribuyente), debe indicar que actuará como importador y mencionar qué productos va a importar. Este es un procedimiento que se puede hacer acercándose a cualquier punto de atención de la aduana, y se debe hacer una sola vez, a menos que se cambie de actividad, de producto a importar, o se desactualice la información contenida en la base de datos de la Superintendencia.

En el caso de las importaciones realizadas bajo el régimen de importación definitiva, al momento de llegada de la mercancía a puerto o aeropuerto peruano, empieza el proceso de nacionalización. Para esto el importador debe tener en su poder los documentos listados anteriormente, y además tener en cuenta que para legalizar sus productos debe tener un agente de aduanas que lo represente si la mercancía supera el valor de los USD2.000. En caso contrario, el importador podrá utilizar el mecanismo de importación simplificada o importación courier para la entrada de la mercancía.

El proceso de nacionalización empieza con la recepción de la mercancía en el puerto, y es transportada a un Terminal de almacenamiento, el cual, emite un volante o manifiesto de carga que es la comprobación del arribo de la mercancía, para así empezar el procedimiento de legalización de la misma.

Una vez este volante es emitido, el agente aduanero comienza la tramitación documentaria ante la aduana peruana para el ingreso al país. Adicionalmente, se deben tener en cuenta los requisitos, certificados o autorizaciones con los que debe cumplir la mercancía y que deben ser emitidos por entidades reguladoras peruanas. Es importante destacar que si estos documentos están listos antes del arribo de la carga, significa un ahorro en costos de almacenaje y en tiempo de nacionalización. Los certificados, autorizaciones están descritos en el capítulo de Acceso al Mercado dependiendo de la naturaleza de la mercancía que se este nacionalizando.

El siguiente paso es la presentación de La Declaración Única Aduanera (DUA), que es el documento mediante el cual se solicita la nacionalización de la mercancía. Debe ser presentada dentro de los treinta días contados a partir del día siguiente del término de la descarga. Los requisitos que tienen que cumplir las mercancías amparadas bajo el DUA son:

- Pertenecer a un mismo consignatario
- Encontrarse almacenadas en un terminal de almacenamiento o depósito aduanero autorizado; excluyendo los casos en que las mercancías se acojan al sistema anticipado de despacho aduanero.
- Estar declarada en un solo manifiesto de carga
- Corresponder a un Conocimiento de Embarque, Guía Aérea, Boletín Postal, o carta de Porte.

Los documentos que se deben presentar junto con la DUA son:

- Declaración Única de Aduanas.
- Documento de transporte, según el medio utilizado.
- Factura Comercial.
- Informe de Verificación (original y 2 copias).
- Certificado de Origen.
- Póliza de Seguro.
  
- Certificado o autorización según corresponda (ejm: DIGEMID Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas), (Ver Acceso a Mercados)
- Papeleta de Inventarios (solo en el caso que se presente avería de bultos).

- Autorizaciones especiales para casos de mercancías restringidas.
- Guía de entrega de documentos, para casos de las Aduanas que no cuenten con un sistema automatizado.

El reconocimiento documentario y físico de la mercancía se debe solicitar ante la autoridad aduanera por el agente de aduana, con la DUA, esta puede ser solicitada mediante el intercambio de información por vía electrónica o por escrito con la presentación física de la documentación correspondiente.

El Sistema de Gestión Aduanera (SIGAD) de aduanas valida los datos de la información transmitida por el Agente de Aduanas; de ser conforme genera automáticamente la numeración correspondiente, en caso contrario comunicará la corrección del caso. Las Declaraciones numeradas son sometidas a un sistema de selección a fin de determinar el tipo de control al que serán sujetas las mercancías, de acuerdo a tres canales:

Canal verde.- Las Declaraciones seleccionadas en este canal no requerirán de revisión documentaria, ni de reconocimiento físico, de acuerdo a los criterios establecidos por Aduanas, siendo la mercancías de libre disponibilidad una vez cancelados los derechos arancelarios y demás tributos de importación.

Canal naranja.- Las Declaraciones, que por efectos del sistema aleatorio, hayan sido seleccionadas por este canal, serán sometidas a revisión documentaria.

Canal rojo.- Las Declaraciones seleccionadas en este canal, estarán sujetas al reconocimiento físico y documental.

Después de haberse determinado el canal y cumplido con los requisitos y normas que sugiere cada uno de ellos, se procede a la cancelación de los tributos aduaneros, esto se puede realizar vía electrónica, dando así agilidad al proceso<sup>48</sup>.

Una vez culminado este procedimiento, se puede realizar el retiro de la mercancía del terminal de almacenamiento y ponerla a disposición del cliente para su comercialización. Un proceso de nacionalización óptimo toma entre tres y cinco días, dependiendo del canal asignado. Esto significa que el almacenamiento de la mercancía puede no significar un costo adicional.

Es muy importante destacar que el pago de los tributos aduaneros los realiza el agente de aduanas encargado de la nacionalización de la mercancía. La forma más frecuente de efectuar este pago es mediante

---

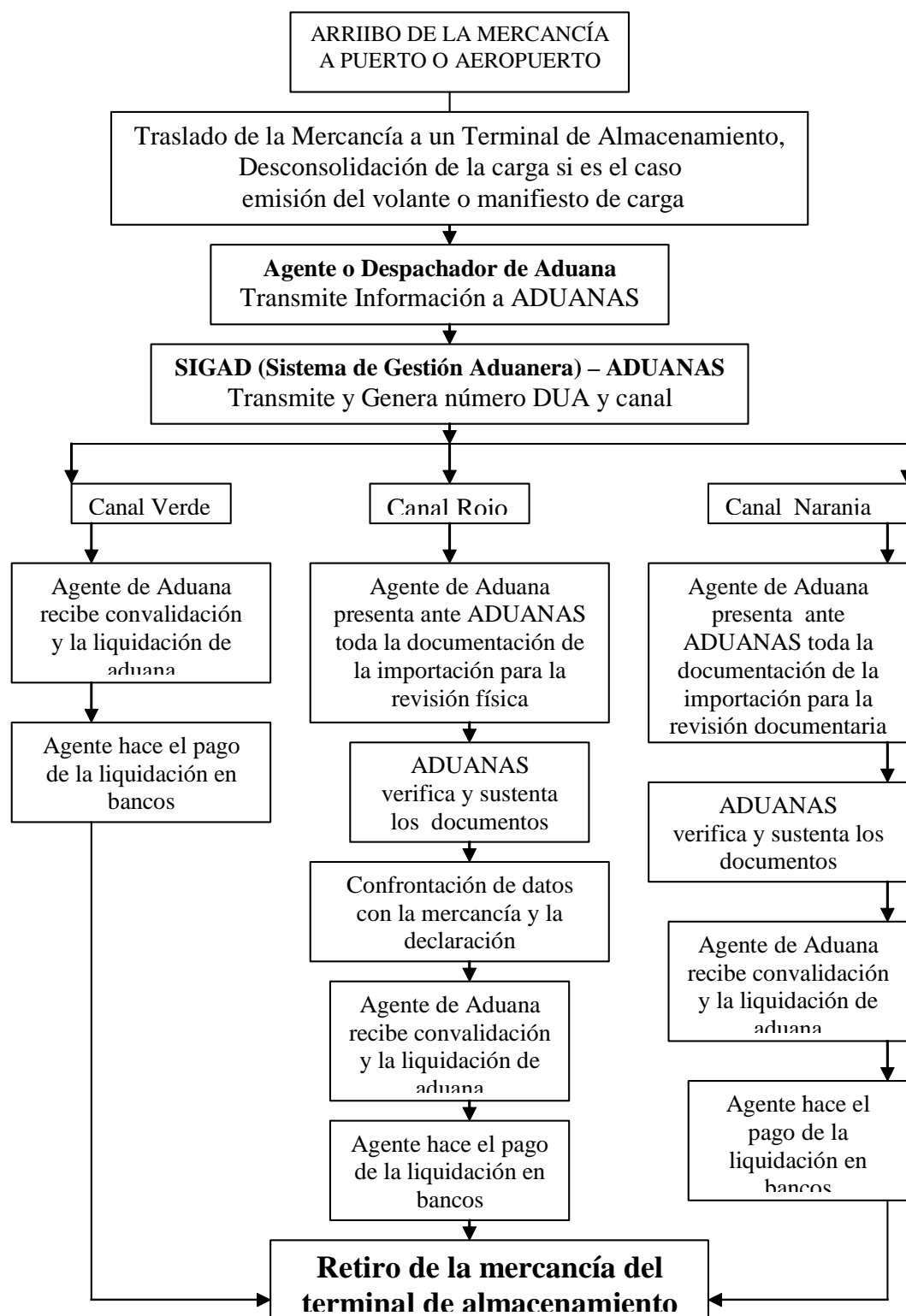
<sup>48</sup> ADUANAS, Importación Definitiva, INTA – PG.01

la transferencia del dinero a una cuenta bancaria del agente, lo cual ha sido establecida y acordada entre las dos partes.

Una vez aceptado el ingreso de la mercancía a territorio peruano se dispone a hacer el pago de los tributos. La aduana emite una confirmación de la liquidación presentada ante esta oficina, oficializando el monto a pagar por derechos aduaneros. Es conveniente que antes de hacer este giro el agente envíe por fax, o vía internet, una copia de esta oficialización y una factura pro forma de los gastos a pagar por la prestación de los servicios.

La póliza de seguro que se menciona en la lista de documentos para la nacionalización corresponde al seguro que ampara la mercancía durante toda la operación logística, en el caso de que la mercancía haya sido enviada DDP el exportador debe anexar este documento para la legalización de la carga.

En el caso de que el término de negociación sea CIF, la aduana tiene la valoración correspondiente dependiendo de la posición arancelaria de la mercancía (Ver Acceso al mercado). Esto con el fin de contrarrestar las pérdidas o robos en el proceso.

**Gráfico 1: Flujograma de nacionalización**

### *Datos Generales*

La Superintendencia Nacional de Aduanas (ADUANAS) es la entidad encargada de las operaciones aduaneras, la cual a través de todas sus dependencias, supervisa y controla el paso por las fronteras, por sus aguas jurisdiccionales y aeropuertos, el ingreso y salida de las mercancías sujetas a procedimientos aduaneros, así como de los vehículos utilizados para su transporte.

Para el cumplimiento de sus funciones, ADUANAS puede adoptar medidas tales como la verificación de la mercancía, la imposición de marcas, sellos y precintos, y el establecimiento de rutas y custodia para su traslado y/o almacenamiento. Las Intendencias de Aduana, dentro de su jurisdicción, son competentes para conocer y resolver los actos aduaneros y las consecuencias tributarias y técnicas que se deriven de ellos.

Los derechos arancelarios y demás tributos son expresados en dólares de los Estados Unidos de América. Su cancelación sólo se hará en moneda nacional al tipo de cambio de venta de la fecha de pago. Para efecto de la declaración de la base imponible, los valores se expresarán en dólares de los Estados Unidos de América. Los valores expresados en otras monedas extranjeras se convierten a dólares de los Estados Unidos de América.

El pago de los tributos se pueden efectuar en las entidades bancarias autorizadas por ADUANAS y en las Intendencias de Aduana. Cabe resaltar que el Valor de Aduana se calcula sobre la base de todos los gastos incurridos hasta el lugar de la importación, con excepción de los gastos de descarga y manipulación en el puerto, siempre que se distingan de los gastos locales de transporte.

### *Importaciones con destinos especiales – Ferias Internacionales*

Las Mercancías solicitadas al Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, ingresan al territorio peruano con suspensión de derechos e impuestos de importación, constituyendo prenda legal en garantía de los derechos que causen sus despachos,



siendo retenidas mientras éstos no se cancelen o no se cumplan las obligaciones propias de la destinación

Los artículos que constituyan material de publicidad, propaganda o consumo para ser distribuido gratuitamente en el recinto ferial deberán ser destinados al Régimen de Importación Definitiva, aplicando la totalidad de disposiciones de este régimen.

Se pueden acoger al régimen de importaciones con destinos especiales – Ferias Internacionales, las mercancías destinadas a ser exhibidas en exposiciones o Ferias, denominadas muestrarios", así como los artículos destinados a ser usados en decoración y / o equipamiento de los stands o pabellones durante el evento ferial. Las mercancías destinadas a Exposiciones o Ferias Internacionales deberán estar declaradas para dicho fin en los documentos respectivos.

El Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales se otorga por el término de 60 días calendario antes de la inauguración de la feria y hasta el día de la clausura, teniendo como plazo máximo para su regularización 120 días calendario posteriores, contados a partir del día siguiente de la clausura.

Las mercancías sometidas al Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, que opten por regularizarse acogándose a los regímenes de Importación Definitiva o Depósito de Aduanas, deberán someterse a una inspección en destino con la finalidad de obtener el respectivo Certificado de Inspección, en los casos que corresponda.

El expositor que no tenga domicilio fiscal en el territorio nacional, deberá estar representado por un tercero ante ADUANAS, el mismo que asumirá las responsabilidades que se deriven del cumplimiento de las obligaciones propias del Destino Aduanero Especial.

Es solicitado por el Agente de Aduana el Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, mediante la transmisión por vía electrónica de la información contenida en la Declaración Unica de Importación - Importación Temporal. La conformidad otorgada por el SIGAD y el número de Declaración generado, y es de vuelta y transmitida vía electrónica, al Agente de Aduana, quien procede, a la impresión de la DUI – Importación Temporal.

La presentación, revisión documentaria, recepción y reconocimiento de

las mercancías destinadas a un recinto ferial, esta a cargo del Agente de Aduana, quien presenta el DUI – Documento de Importación Temporal ante el área de Regímenes No Definitivos de la Intendencia de Aduana correspondiente, adjuntando la siguiente documentación:

- Copia de Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte.
- Factura Comercial, Factura Proforma o Contrato, según corresponda.
- Otros documentos que la naturaleza de la mercancía requiera.

El Jefe de Área de la Administración de aduanas, autorizará el traslado de la mercancía desde el terminal de almacenamiento hacia el recinto ferial, remitiendo la documentación a la Oficina de Oficiales de Aduanas para la designación del personal que custodiará el traslado de la mercancía, lo que deberá constar de modo expreso en el Formato de Traslado y Recepción de Mercancías al Recinto Ferial (FORM. FERIAS - 001)

Las mercancías que arriben a la Feria o Exposición Internacional, serán recibidas por personal del recinto ferial, durante las 24 horas del día, incluidos los días no laborables. Asimismo, el Oficial de Aduanas encargado recibirá la documentación que ampare la citada mercancía, dejando constancia del hecho en el rubro "Observaciones" de la Declaración. Ambas recepciones serán consignadas en el Formato de Traslado y Recepción de Mercancías a Recinto Ferial (FORM. FERIAS - 001), el mismo que deberá ser devuelto al Área de Oficiales de Aduanas de la Intendencia de Aduana de Ingreso.

Luego de su recepción, las mercancías serán depositadas en un recinto o zona especial designada por la Empresa Ferial, con excepción de aquéllas que por su naturaleza requieran ser trasladadas directamente hacia los stands donde serán exhibidas, mediando autorización del Jefe de la Oficina Aduanera ubicada en el recinto ferial.

Los muestrarios y mercancías ingresadas bajo el Destino especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, deberán ser Nacionalizados, Reexportados, solicitados al Régimen de Depósito o Importados Temporalmente al país dentro del plazo autorizado. El trámite que deberá seguirse, de acuerdo a la opción elegida por el beneficiario, se sujetará al procedimiento del régimen respectivo que se encuentra descrito en los Procedimientos Operativos adecuados al sistema de Calidad aprobados por la Intendencia Nacional de Técnica Aduanera. Vencido el término señalado sin que se lleve a cabo la regularización de

la mercancía de acuerdo a lo dispuesto en el párrafo precedente, ésta caerá en abandono legal<sup>49</sup>.

#### Muestras sin valor comercial

Se consideran muestras sin valor comercial:

Las muestras de productos o manufacturas que carezcan de valor comercial por si mismos, razón por la cual no pueden destinarse a la venta interna en el país.

Las mercancías que se comercialicen en medidas de longitud (v.gr. telas), que en este caso no deben exceder de 30 centímetros.

Los discos, cintas y demás soportes grabados con música importados por empresas productoras de fonogramas como muestras para su posible reproducción, siempre que:

Presenten Certificación de empresa productora, expedida por el Comité de Productores de Fonogramas y Videogramas de la Sociedad Nacional de Industrias.

Se trate de una o varias unidades distintas unas de otras.

Estén caracterizadas por la marca de fábrica y número respectivo.

No se consideran muestras sin valor comercial las siguientes mercancías:

Los productos químicos puros.

Las drogas.

Los artículos de tocador.

Los licores (aunque vengan en envases de miniatura).

Las manufacturas y objetos, aunque tengan inscripciones de propaganda.

Se entiende por Muestras con valor comercial, las muestras de productos o manufacturas que tienen valor comercial por si mismas y pueden ser destinados a la venta.

Se denominan Muestras Médicas, los medicamentos empleados en medicina humana o veterinaria importados para ser destinados a la

---

<sup>49</sup> ADUANAS, Destino Especial de Exportaciones o Ferias INTA – PAG 15

distribución gratuita, los cuales deben indicar en los envases inmediatos o mediatos la impresión indeleble "MUESTRA PARA MEDICOS" o "MUESTRA MEDICA".

Los medicamentos genéricos y de marca, cosméticos, artículos de perfumería y de tocador, así como los equipos y material médico quirúrgico, importados como muestras para investigación, demostración, que por su reducida cantidad resulte evidente que no estén destinados a

la comercialización, no requieren Registro Sanitario, debiendo precisar su uso en el rubro Observaciones de la Declaración.

El despacho de Muestras sin Valor Comercial, esta sujeto a Reconocimiento Físico Obligatorio y se encuentra sujeta al pago de derechos Ad Valorem. Para el despacho de muestras sin valor comercial, debe aplicarse el procedimiento establecido en el Despacho Simplificado de Importación.

Las muestras de productos o manufacturas sin valor comercial, deben ser presentadas a despacho inutilizadas para su comercialización. En caso de no cumplir esta condición, el Especialista en Aduanas al momento del reconocimiento, procede a la inutilización de las muestras mediante cortes, perforaciones, colocación de marcas indelebles, eliminación de los seguros (en el caso de cintas), o cualquier otro medio.

El despacho de muestras con valor comercial, cuyo valor no exceda de US \$ 2 000 FOB, se solicita mediante Declaración Simplificada; en caso de exceder el monto señalado, el despacho debe realizarse mediante Declaración Única de Aduanas, de acuerdo a los procedimientos que regulan dicha materia.

Mercancías que se acogen a importación definitiva con Declaración Simplificada

La importación definitiva de mercancías que por su cantidad, calidad, especie, uso, origen o valor se desprenda que no tengan fines comerciales o éstos no resulten significativos para la economía del país, se efectúa mediante Despacho Simplificado.

Se encuentran comprendidos los siguientes casos:

Muestras, conforme a lo establecido en las Reglas de Valoración contenidas en el Arancel, cuyo valor FOB no exceda los US\$ 2 000,00 dólares americanos.

Obsequios cuyo valor FOB no supere los US\$ 1 000,00 dólares americanos.

Mercancías con o sin fines comerciales, cuyo valor FOB no exceda los US\$ 2 000,00 dólares americanos, incluyendo las importaciones liberadas y donaciones cuyo valor FOB no supere el monto indicado. Asimismo se incluyen las encomiendas postales y los pequeños paquetes y muestras enviadas utilizando servicios de mensajería internacional.

En caso de exceder los montos señalados, las mercancías se someten a los Procedimientos Regulares establecidos en la Ley General de Aduanas.

Las mercancías amparadas en distintas Facturas Comerciales, consignadas a un mismo comprador, emitidas por un mismo proveedor extranjero, y que arriben en un mismo vehículo transportador, si en conjunto son mayores a US\$ 2 000,00 dólares americanos se rigen por lo establecido en el régimen de importación definitiva.

Por otro lado, las mercancías amparadas en distintas Facturas Comerciales, consignadas a un mismo comprador, emitidas por un mismo proveedor extranjero, y que arriben en diferentes vehículos transportadores y en diferentes tiempos, y cumplen con la normatividad de ser menores a US\$ 2 000,00 dólares americanos se rigen por lo establecido en el régimen de Despacho simplificado<sup>50</sup>.

Para alcanzar una familiarización con los documentos que integran el proceso de nacionalización peruano, en los anexos se presentará un caso práctico que nos acerca a la realización de una exportación. Estos documentos son:

Anexo 1 Solicitud del Informe de Verificación

Anexo 2 Orden de pedido

Anexo 3 Informe de verificación

Anexo 4 Factura Comercial

Anexo 5 Certificado de Origen

Anexo 6 Volante o manifiesto de carga emitido por un terminal de almacenamiento

Anexo 7 Declaración Unificada de Aduana formato A

Anexo 8 Declaración Unificada de Aduana formato B

Anexo 9 Declaración Unificada de Aduana formato C

Anexo 10 Declaración Andina de Valor

Anexo 11 Documento de Transporte

---

<sup>50</sup> ADUANAS, Muestras, INTA – PE.01.06

### *Costos de Importación*

Además del proceso de nacionalización, el trámite documentario y el pago de los tributos aduaneros, el proceso exportador incurre en otros costos que están sujetos a los servicios prestados por diferentes compañías que reciben la carga en el destino final y la manipulan para cumplir con las normas y facilitan este proceso.

Es así, como estos servicios se convierten en puntos sensibles del proceso logístico constituyendo aspectos fundamentales para la determinación de los costos en los que incurre la carga hasta su destino final. Es por esto que se deben contemplar todos los posibles actores del proceso.

A continuación se presentan cada una de las ofertas existentes en el mercado para facilitar la labor logística, incluyendo una detallada descripción de las características más comunes de los costos de estos servicios.

A manera de resumen, se puede decir que los costos que se deben prever desde el momento en que sale la mercancía de territorio colombiano para llegar a hacer una exportación DDP lo comprenden:

- El flete del transporte internacional
- Los costos por el servicio de terminal de almacenamiento
- La tarifa por los servicios aduaneros
- El pago de tributos aduaneros
- El valor de la transferencia de dinero para el pago de aduanas y demás servicios
- El valor de la tarifa por el transporte terrestre para la colocación del producto en las manos del cliente.

## Estructura de la Oferta

**Gráfico 2: Mapa Cartográfico del Perú, 2003.**



Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE TRUJILLO

El ingreso de mercancías colombianas hacia Perú se puede realizar a través de los diferentes medios de transporte; marítimo, aéreo, terrestre. Actualmente, el Perú cuenta con infraestructura de puertos privados y públicos, aeropuertos internacionales con servicio de aduana y conexiones terrestres por donde ingresa la carga.

Adicionalmente, el transporte en Perú está viviendo un proceso de transformación el cual comprende la privatización de los puertos, aeropuertos, redes viales y férreas por medio de concesiones.

Estas concesiones tienen características especiales, como son:

- Tiempo de duración, que varía de acuerdo con el tipo de contrato efectuado con el estado.
- Compromisos de inversión, a los cuales se les ha fijado un plazo máximo para realizarlas.
- Unas tarifas máximas establecidas para su operación.

El aeropuerto Jorge Chávez de la ciudad de Lima ubicado en la provincia del Callao, es la primera concesión que se hizo para el

transporte aéreo. En el futuro se espera la concesión de los aeropuertos de Cuzco, Arequipa, Trujillo e Iquitos.

El puerto de Matarani, en el departamento de Arequipa, la red férrea dada en concesión en su totalidad, y un tramo de la red vial, fueron las primeras concesiones hechas por el estado peruano a empresas privadas que se encargarían de la explotación, preservación y mantenimiento. El resto de puertos, aeropuertos, y vías terrestres se encuentran bajo la administración estatal, la cual es ejecutada por diferentes entidades dependiendo del medio, como Corpac "Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial S.A", ENAPU S.A. Empresa Nacional de Puertos, y SINMAC organismo dependiente del Ministerio de Transportes y Comunicación.

### Transporte Marítimo

El sistema portuario del Perú esta comprendido por terminales y amarraderos públicos y privados. Los principales terminales privados, por lo general son especializados y se caracterizan por tener infraestructura y equipos diseñados para la carga / descarga de mercancías específicas. Los principales terminales especializados privados pertenecen a empresas mineras como la Southern Peru Copper Corporation (Ilo, Moquegua) y Shougan (San Nicolás, Ica) y un terminal especializado de propiedad de la fábrica Cementos Lima (Conchán, Lima).

Los terminales portuarios públicos, se caracterizan por ser terminales de usos múltiples (TUM) o puertos multipropósitos. Los siete terminales marítimos del Perú son:



Puerto de Paita: localizado en la costa norte del Perú. Su área de influencia comprende los departamentos de Tumbes, Piura, Cajamarca, La Libertad y la Región Nororiental del Marañón. Las principales ciudades del área están conectadas al puerto a través de la Carretera Panamericana y las carreteras Longitudinal de la Sierra y de la Selva. La orientación comercial del puerto es el embarque o exportación. Las principales naves atendidas son de tipo porta contenedores y convencionales.





Puerto de Salaverry: esta localizado en la costa norte, al sur del puerto de Paita. El área de influencia del puerto comprende los departamentos de La Libertad, Lambayeque, Ancash y Cajamarca. Los centros urbanos y de producción más importantes se articulan

al puerto a través de la carretera Panamericana y la carretera Longitudinal de la Sierra. La orientación comercial del puerto esta orientada a la atención de importaciones. Las principales naves atendidas son de tipo convencionales en mayor proporción y graneleras.



Puerto de Chimbote: está localizado en la costa centro-norte del Perú, al sur del puerto de Salaverry. Su área de influencia está comprendida exclusivamente por tres provincias de la costa del departamento de Ancash (Santa, Casma y Huarney). El puerto está articulado a los principales

centros de producción de harina de pescado a través de la carretera Panamericana. Las naves que atiende el puerto son de tipo convencionales y graneleras.



Puerto de Callao: El Puerto del Callao está ubicado en la costa central del Perú, al sur del puerto de Chimbote. Está dotado de una infraestructura múltiple compuesta por 9 muelles convencionales y 2 muelles especializados (granos y líquidos). Su equipamiento es relativamente superior a otros puertos, particularmente para la

movilización de contenedores. Su área de influencia es amplia y comprende principalmente los departamentos de Lima, Callao, Ancash, Junín, Pasco, Huánuco, Ica, y en menor medida, el resto del país (contenedores). Están conectados al puerto mediante la carretera Panamericana, la Carretera Longitudinal de la Sierra y la Selva, y por el ferrocarril de / hacia la Sierra Central. Por volumen de carga, según origen /destino, la orientación comercial del puerto es la atención de importaciones. Las principales naves atendidas son de tipo convencionales y portacontenedores.



Puerto de San Martín: está ubicado en la costa centro-sur del Perú, al sur del puerto del Callao. Su área de influencia comprende los departamentos de Ica, Ayacucho y Huancavelica. Tiene conexión con la Carretera Panamericana y la Carretera Los Libertadores (Pisco-Ayacucho). La orientación comercial del puerto es el embarque o exportación. Las principales naves atendidas son de tipo graneleras y petroleras.



Puerto de Matarani: está ubicado en el sur del Perú en la costa del Departamento de Arequipa. El área de influencia del puerto comprende los departamentos de Arequipa, Cuzco, Puno, Tacna y Bolivia (La Paz). El terminal portuario está conectado a través de la carretera Panamericana, la carretera Arequipa - Santa Lucía- Juliaca y el ferrocarril del Sur (Matarani – Arequipa – Juliaca – Cuzco - Puno). El tipo de naves habitualmente atendida en el puerto es de tipo convencional, granelera y roll on - roll off . El Terminal Portuario de Matarani es el primer puerto otorgado en concesión al sector privado. El puerto fue adjudicado el 31 de mayo de 1999 por CEPRI Puertos a la empresa Santa Sofía de Puertos S.A.



Puerto de Ilo: está localizado en el sur del Perú a 165 Km al sur del Terminal Portuario de Matarani. La zona de influencia del puerto comprende los departamentos de Moquegua, Tacna, Puno y Bolivia (La Paz). Las principales redes de transporte del puerto de y hacia la zona de influencia son la Carretera Panamericana, Carretera Costanera y la Carretera Ilo-Desaguadero. La orientación comercial del puerto tiende hacia las exportaciones de carga cautiva y estructural producida en la zona. Los tipos de naves que el puerto atiende son convencionales y porta contenedores.

Tabla 44: Descripción técnica de los puertos peruanos, 2003.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS PUERTOS PERUANOS, 2003							
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	PAITA	SALAVERRAY	CHIMBOTE	CALLAO	SAN MARTÍN	MATARA NI	ILO
REGION	PIURA	LA LIBERTAD	ANCASH	LIMA	ICA	AREQUIPA	MOQUEGUA
Capacidad de Nave (máx) (DWT)	30	20	15	25	25	35	20
Calado máximo (pies)	32	30	29	36	33	32	36
Equipo especializado		1faja transportadora		Tres torres neumáticas		Tres torres neumáticas	
Otros	2 tanques (aceites)			20 silos 25.760 TM		39 silos 53.000 TM	
Tipo de Carga - 2000	Harina de pescado	Granos	Harina de pescado	Zinc y Granos	Sal Industrial y harina de pescado	Granos y minerales	Carbón de piedra y harina de pescado

Fuente: OSITRAN

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

El sistema portuario comprende también a los terminales de lanchonaje (Huacho-Supe, Chicama, Cerro Azul, Pacasmayo y Chancay) y fluviales (Iquitos, Yurimaguas, Puerto Maldonado y Pucallpa).

El tráfico de carga por tipo de operación en los diferentes puertos del Perú en toneladas métricas Enero – Junio 2002 fueron:

**Tabla 45: Tráfico de Carga por tipo de Operación y según Puertos, 2003.**

TRAFICO DE CARGA POR TIPO DE OPERACIÓN Y SEGÚN PUERTOS, 2003								
	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	CALLAO	SAN MARTIN	ILO	RESTO	TOTAL
PARTICIPACION	5	5.6	2.1	76.3	6.6	1.9	3	100
TOTAL	390,424	437,690	159,135	5,921,170	510,247	145,221	198,530	7,762,417
IMPORTACION	96,475	383,993	1,825	3,261,620	200,237	61,733	26,201	4,032,084
EXPORTACION	243,706	53,697	157,311	2,040,529	290,995	79,770	42,145	2,908,153
CABOTAJE-DESCARGA	76	0	0	354,982	0	0	72,500	427,558
CABOTAJE-EMBARQUE	72	0	0	6,239	19,016	0	57,618	82,945
TRANSBORDO	5,914	0	0	257,800	0	29	66	263,809
TRANSITO DESCARGA	15	0	0	0	0	246	0	261
ACTIVIDAD PESQUERA	44,166	0	0	0	0	3,443	0	47,609

Fuente: ENAPU S.A.

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

La distribución de la actividad portuaria en Perú muestra una alta concentración del uso del puerto del Callao como principal punto de ingreso y salida de las mercancías destinadas a operaciones de comercio exterior y demás operaciones marítimas que la comprometen, concentra el 76% de las operaciones portuarias realizadas por todo el Perú.

**Tabla 46: Tarifas de los servicios de los puertos administrados por ENAPU SA, (USD), 2003.**

TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE LOS PUERTOS ADMINISTRADOS POR ENAPU SA, (USD), 2003.							
CONCEPTO	CALLAO	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	SAN MARTI N	ILO	IQUITOS Y DEMAS
I. NEGOCIO MARITIMO - SERVICIOS A LA NAVE							
Remolcaje (NR) - por operación y por Aqueo Bruto de Nave							
Hasta 1100 (con Lancha)	100.00	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	
de 1,101 a 1500	210.00						
de 1501 a 6500	350.00						
más de 6,501	0,055xUAB						
Amarre y Desamarre (R)							
Por Operación	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	50.00
Uso de Amarradero (R)							
Alto Bordo (m. Eslora/hora)	0.65	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.20
Menores<80m eslora (nave/día)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
II. NEGOCIO PORTUARIO - SERVICIOS A LA CARGA							
Uso de Muelle (R) x TM							
Carga Fraccionada	7.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.50	2.50
Carga Rodante	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	14.00
Carga Sólida a Granel	3.00	1.50	2.00	2.00	2.00	2.50	2.00
Carga Sólida a Granel con Equipo ENAPU							
- Torres Absorbentes	3.70	---	---	---	---	---	---
- Con Silos	4.50	---	3.50	---	---	---	---
Carga Líquida a Granel	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Carga Liquida a Granel con Equipos ENAPU	3.00	---	---	---	---	---	---
Por Contenedor							
Con carga de 20´	80.00	60.00	60.00	60.00	60.00	50.00	60.00
Vacío de 20´	20.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	13.00
Con carga de 40´	120.00	90.00	90.00	90.00	90.00	80.00	90.00
Vacío de 40´	30.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	21.00

Fuente: ENAPU S.A.

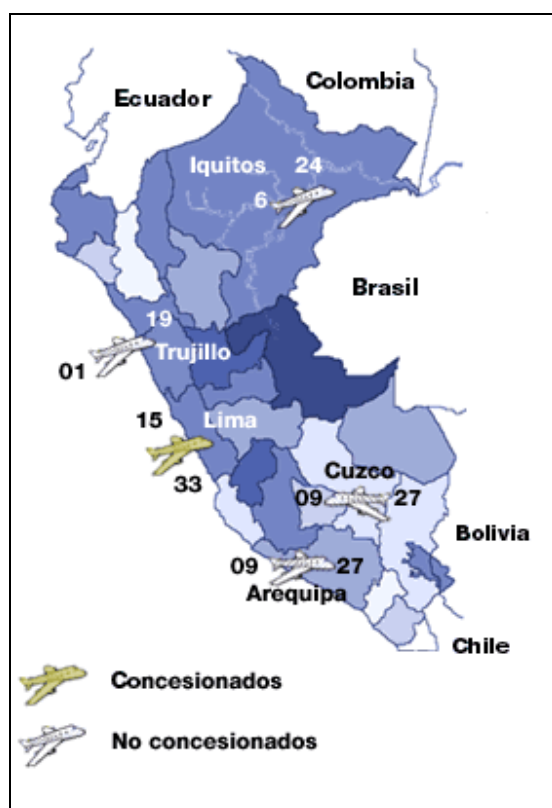
Elaboración: GRUPO CONSULTOR

La oferta de transporte marítimo, buques y frecuencia con destino a Perú esta disponible en el siguiente Link:

<http://local.proexport.com.co/LOGISTICA/TransporteMaritimo/frTransMaritimo.asp?CodPais=589&NomPais=PERU>

Transporte Aéreo

**Gráfico 3: Ubicación principales aeropuertos peruanos, 2003.**



Fuente: OSITRAN

El sistema aeroportuario del Perú esta conformado por 60 aeropuertos y / o aeródromos, entre los cuales se encuentra el aeropuerto internacional Jorge Chávez de la ciudad de Lima, así mismo como los aeropuertos internacionales de Cuzco, Arequipa, Trujillo e Iquitos.

El Aeropuerto Internacional Jorge Chávez: es principal terminal aeroportuario del país, localizado a 10 Km. al noroeste de Lima, Provincia Constitucional del Callao. Es la salida principal para los vuelos internacionales.

El Aeropuerto de Trujillo "Cap. F.A.P. Carlos Martínez Pinillos" está ubicado en el distrito de Huanchaco, provincia de Trujillo, departamento de La Libertad.

El Aeropuerto Internacional "Alfredo Rodríguez Ballón" de Arequipa: se encuentra ubicado a 8 kilómetros al Noroeste de la ciudad de Arequipa, a 2,830 metros sobre el nivel del mar.

El Aeropuerto Internacional "Alejandro Velasco Astete" de Cuzco: se encuentra ubicado a 5 kilómetros de la Ciudad Arqueológica del Cuzco, en el distrito de San Sebastián, la provincia de Cusco del departamento del Cusco.

Aeropuerto Crl. Francisco Secada V: Ubicado en el distrito de Iquitos, provincia de Maynas, departamento de Loreto. El aeropuerto incluye servicios de vuelos internacionales a Miami.

A continuación se presenta las especificaciones de las principales características técnicas de los aeropuertos más importantes del Perú.

**Tabla 47: Principales características técnicas, 2003.**

DESCRIPCIÓN	DIMENSIÓN PISTA	SUPERFICIE	TIPO DE AVION	RESISTENCIA
		(MATERIAL)	MÁXIMO PERMISIBL E	PCN
LIMA	3,507 X 45	Concreto	B - 747	42/R/A/W/T
CUZCO	3,400 x 45	Asfalto	B - 737 - 200	52/F/C/X/T
AREQUIPA	2,980 x 45	Asfalto	B - 737 - 300	39/F/B//X/T
IQUITOS	2,500 x 45	Concreto	B - 727 - 100 - C	42/R/C/X/U
TRUJILLO	2,405 x 45	Asfalto	B - 737 - 300	31/F/A/X/T

Fuente: CORPAC  
Elaboración: GRUPO CONSULTOR

Las frecuencias e itinerarios para transporte aéreo con destino Perú se encuentran en:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo430DocumentNo1053.XLS>

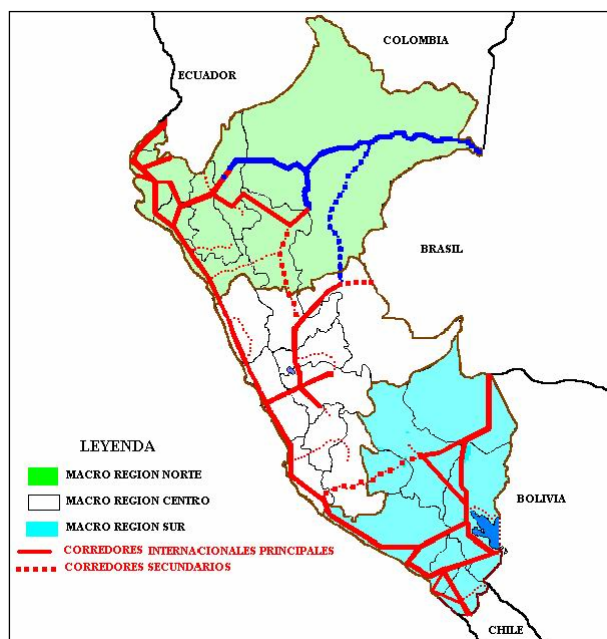
Las aerolíneas que prestan servicios de carga internacional puede consultarse en:

<http://www.proexport.com.co/logiexport/consulta/results.asp?services6=781015&services8=78101502&servicename=&city=&country=&lstCityCountry=&selectedcitycountry=0&nombre=&linea=&nit=&todo=search&showfrom=0&alpha=A>



## Transporte Terrestre

**Gráfico 4: Principales Corredores Terrestres, 2003.**



Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE TRUJILLO

Es indiscutible la importancia del transporte terrestre para cualquier país y los efectos que tiene sobre las actividades de tipo comercial, de comercio exterior, y turísticas entre otras. Es por eso que para simplificar la información de esta sección se considerará el transporte terrestre bajo dos categorías, la primera de transporte terrestre internacional y la segunda en transporte terrestre nacional.

### *Transporte Terrestre Internacional*

El transporte terrestre internacional está regulado por la legislación de la Comunidad Andina de Naciones, la cual se fundamenta en libertad de operación, acceso al mercado, trato nacional, transparencia, no discriminación, igualdad de tratamiento legal, libre competencia, y nación más favorecida<sup>51</sup>.

<sup>51</sup> COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, Normatividad Andina, Decisión 399, Transporte Internacional de Mercancías por

Hay que tener en cuenta que para poder prestar el servicio de transporte internacional, el transportista debe obtener un documento expedido por el organismo nacional competente de su país de origen donde lo acredita como un transportista autorizado. Para el caso de Colombia, la empresa autorizada para la prestación del servicio de carga internacional de transporte terrestre es Cordifronteras.

Este tipo de transporte presenta diferentes características:

- Poco movimiento de carga
- Altos costos en las tarifas
- Alto número de días de tránsito

El costo del transporte de mercancías desde Bogotá Colombia es de USD3.600 camión completo o no.

#### *Transporte Terrestre Nacional*

El transporte terrestre nacional peruano, está comprendido por una red vial de 78,127 Km, de los cuales el 46% es trocha que se encuentra principalmente en los caminos vecinales, 13% es asfaltado, el 24% afirmado y el restante 18% esta sin afirmar<sup>52</sup>.

Además, las redes viales presentan problemas, como son la falta de mantenimiento de las vías, lo que ocasiona el rápido deterioro de las mismas y el abandono de las redes secundarias, lo que genera un efecto de subdesarrollo y aislamiento de los poblados más alejados.

En Perú se puede recurrir a la utilización de diferentes modalidades de transporte terrestre dependiendo de las necesidades de la carga a transportar, es así como tenemos el servicio de transporte de paquetería y el servicio de transporte de carga. Las distancias entre Lima y las principales ciudades del país son las siguientes:

---

<sup>52</sup> MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

**Tabla 48: Distancias entre Lima y las principales ciudades del Perú, 2003.**

<b>DISTANCIA ENTRE LIMA Y LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PERU, 2003</b>	
<b>PROVINCIA</b>	<b>DISTANCIA A LIMA</b>
<b>CHACHAPOYAS</b>	<b>1191 Km</b>
<b>HUARAZ</b>	<b>408 Km</b>
<b>ABANCAY</b>	<b>907 Km</b>
<b>AREQUIPA</b>	<b>1009 Km</b>
<b>AYACUCHO</b>	<b>556 Km</b>
<b>CAJAMARCA</b>	<b>856 Km</b>
<b>CUZCO</b>	<b>1153 Km</b>
<b>HUANCAVELICA</b>	<b>457 Km</b>
<b>HUANUCO</b>	<b>410 Km</b>
<b>ICA</b>	<b>303 Km</b>
<b>HUANCAYO</b>	<b>298 Km</b>
<b>TRUJILLO</b>	<b>557 Km</b>
<b>CHICLAYO</b>	<b>763 Km</b>
<b>PUERTO MALDONADO</b>	<b>1693 Km</b>
<b>MOQUEGUA</b>	<b>1144 Km</b>
<b>CERRO DE PASCO</b>	<b>296 Km</b>
<b>PIURA</b>	<b>973 Km</b>
<b>PUNO</b>	<b>1303 Km</b>
<b>MOYOBAMBA</b>	<b>1385 Km</b>
<b>TACNA</b>	<b>1293 Km</b>
<b>TUMBES</b>	<b>1256 Km</b>
<b>PUCALLPA</b>	<b>843 Km</b>

Fuente : Gran Enciclopedia Lexus, 2002

Con el fin de ubicar al exportador y facilitar el cálculo de los costos de transporte, se proporcionarán las tarifas ofrecidas por una reconocida empresa del sector para el servicio de transporte de paquetería.

Estas tarifas no incluyen Impuesto General a las ventas (IGV), el peso por sobre es de hasta un kilo, el precio por kilo adicional es de USD 0.22 más IGV (Aplicando tipo de cambio a la fecha de S/. 3.44) y la base se aplica por cada destino de guía de remisión emitida. Los tiempo de entrega oscilan entre 24 y 72 horas dependiendo del destino.

Tabla 49: Tarifas de transporte terrestre para paquetes, 2003.

DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBR ES SIN IGV	BAS E SIN IGV	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	TIPO DE TRANSPORTE
	PESO	VOL				PESO	VOL			
ABANCAY	1.44	2.88	5	4.24	CERRO DE PASCO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AGUAS VERDES	1.09	2.18	5	4.24	HUANUCO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AREQUIPA	0.85	1.7	5	4.24	LA MERCED	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AYACUCHO	0.85	1.7	5	4.24	LA OROYA	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAJAMARCA	1.1	2.21	5	4.24	SATIPO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAMANA	0.85	1.7	5	4.24	TARMA	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAÑETE	0.49	0.98	5	4.24	IQUITOS	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CUZCO	1.75	3.5	5	4.24	PUCALLPA	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHEPEN	0.61	1.22	5	4.24	PTO. MALDONADO	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHICLAYO	0.73	1.46	5	4.24	TARAPOTO	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHIMBOTE	0.61	1.22	5	4.24						
CHINCHA	0.49	0.98	5	4.24						
CHULUCANAS	0.73	1.46	5	4.24						
GUADALUPE	0.61	1.22	5	4.24						
HUANCAYO	0.73	1.46	5	4.24						
HUARAZ	0.91	1.82	5	4.24	(III)					
HUAURA	0.49	0.98	5	4.24	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	
ICA	0.61	1.22	5	4.24		PESO	VOL.			
ILO	1.06	2.11	5	4.24	BARRANCA	0.49	0.98	5	4.24	
JAUIJA	0.73	1.46	5	4.24	CASMA	0.49	0.98	5	4.24	
JULIACA	1.33	2.66	5	4.24	CHANCAY	0.49	0.98	5	4.24	
LOS ORGANOS	0.96	1.92	5	4.24	HUACHO	0.49	0.98	5	4.24	
MANCORA	0.98	1.97	5	4.24	HUARAL	0.49	0.98	5	4.24	
MOQUEGUA	1	1.99	5	4.24	HUARMEY	0.49	0.98	5	4.24	
NAZCA	0.73	1.46	5	4.24	HUAURA	0.49	0.98	5	4.24	
PACASMAYO	0.61	1.22	5	4.24	PARAMONGA	0.49	0.98	5	4.24	
PISCO	0.49	0.98	5	4.24	PATIVILCA	0.49	0.98	5	4.24	
PIURA	0.85	1.7	5	4.24	SUPE	0.49	0.98	5	4.24	
PUNO	1.34	2.69	5	4.24						

DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBR ES SIN IGV	BAS E SIN IGV	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	TIPO DE TRANSPORTE
	PESO	VOL				PESO	VOL			
SICUANI	1.55	3.1	5	4.24						
SULLANA	0.89	1.78	5	4.24						
TACNA	1.1	2.21	5	4.24						
TALARA	0.97	1.94	5	4.24						
TINTAYA	1.84	3.67	5	4.24						
TRUJILLO	0.61	1.22	5	4.24						
TUMBES	1.07	2.14	5	4.24						
ZARUMILLA	1.08	2.16	5	4.24						

Fuente : EMPRESA DE TRANSPORTES CRUZ DEL SUR  
Elaboración: GRUPO CONSULTOR

#### Empresas prestadoras de servicios de servicios distribución física internacional

Dentro del proceso logístico peruano se presentan otros actores que intervienen en las operaciones de comercio exterior, como son los terminales de almacenamiento de mercancías, los agentes de aduanas, los depósitos aduaneros y los operadores logísticos. Cada uno de estos actores representa costos extra en los que incurre la carga y que deben ser contemplados dentro de la cadena.

Los principales operadores logísticos en Perú son:

Discovery Logistic Corporation: Empresa que presta servicios a operaciones de comercio exterior. Entre los servicios que presta se pueden mencionar los de agente de aduana, forwarder, courier, transporte y agente de seguros.

Transber SAC: Fundada en 1983, ofreciendo servicios de carga, posteriormente incursionó en el almacenaje y control de inventarios, mudanza y distribución. Los servicios que presta son los de carga nacional, atención de aviones, embalaje industrial, distribución, carga internacional, mudanzas, almacenaje y despacho aduanero.

Dinet Logistics: Hace parte del grupo Sandoval, es un operador logístico puerta a puerta, y tiene certificación ISO 9002. Los servicios que presta son los de carga internacional, agencia de aduana, almacén y distribución , y otros servicios que generan valor agregado a la operación.

Técnica Logística Integral : TLI, tiene algo más de 20 años en el mercado, lo conforman empresas como Tecniaduaa SAC, TLI Almacenes SAC / Almaperú, Tecnicargas SAC y Tecnimares SA. Los servicios que presta son los de agencia de aduanas, estiba y desestiba, transportes, y depósito aduanero.

Ransa Operador Logístico: Fundado en 1939, forma parte del grupo Romero y ofrece los servicios de agencia de aduana, warrants, terminal de almacenamiento, y depósito, entre otros.

Danzas AEI Perú: Proveedor mundial de soluciones logísticas, perteneciente al grupo Danzas Internacional, opera en el Perú hace más de 20 años. Ofrece los servicios de carga aérea y marítima, agencia de aduana, almacenaje y distribución y sistemas de información.

Cuando se desea contratar los servicios de un operador logístico o un prestador de servicios independiente, se debe tener en cuenta que la cobertura de los servicios que presta tiene que ser lo suficientemente amplia para cubrir las necesidades del servicio requerido. Los servicios de información que ofrece la compañía deben ser veraces, completos, confiables y constantes, deben ser efectivos para elaborar una estrategia adecuada. La seriedad y rapidez de la misma, que es símbolo de confianza y garantía en el servicio, además, de su agilidad en la gestión logística, permite un mayor margen de reacción y la posibilidad de ahorro en tiempo y dinero.

Uno de los puntos importantes a tener en cuenta es el control que se pueda tener en el movimiento de la carga, lo que está directamente relacionado con los sistemas de información que ofrezca la empresa. Además, es importante observar que los servicios complementarios, como son los servicios de reembolso, que los días de entrega incluyan los festivos, que la recepción y entrega de los pedidos al cliente o fabricante en su lugar de origen sean puntuales, entre otros<sup>53</sup>.

#### Terminales de Almacenamiento de Mercancías

Son almacenes destinados a depositar la carga que se embarque o desembarque, transportada por vía aérea, marítima, terrestre, postal, fluvial y / o lacustre. Son considerados como una extensión de la zona

---

<sup>53</sup> CONUDFI, Logística & Distribución Física, N° 32, Marzo 2002

primaria de la jurisdicción aduanera, por lo que se pueden recibir y despachar las mercancías que serán objeto de los regímenes y

operaciones aduaneras que establece la Ley General de Aduanas. En el caso de las mercancías que arriban a territorio peruano vía aérea, estos son transportadas a los terminales de almacenamiento descritos en el Anexo 12. Para las mercancías que llegan por vía marítima los siguientes son los terminales autorizados para su traslado están referenciados en el Anexo 13.

Es importante destacar que las compañías aéreas tienen convenios con los terminales de almacenamiento, y que las mercancías despachadas desde Colombia por Avianca e Intercontinental son remitidas directamente a Swissport GHB. Si se desea llegar a otro terminal de almacenamiento se puede considerar el envío de la mercancía vía Miami.

En términos generales, esto limita la libertad que los dueños de la carga de escoger libremente donde quiere que llegue su mercancía. En el caso de la vía marítima, sin embargo, se da la posibilidad de escoger el terminal de almacenamiento que se desee, los que se listan en los anexos anteriormente mencionados.

Los costos en los que incurre la carga al momento de llegar al terminal de almacenamiento marítimo son los siguientes:

**Tabla 50: Servicios y costos de los terminales de almacenamiento para mercancías por vía marítima, 2003.**

SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA LAS MERCANCÍAS VIA MARÍTIMA, 2003					
Terminal de almacenamiento	Concepto	Contenedor 20'	Contenedor 40'	Carga Suelta	Descripción del concepto
	Derechos de descarga	\$ 125.00 No Afec.	\$ 165.00 No	\$ 40.00 X TON	Derecho de descarga de contenedor (incluye pago uso de muelle Enapu)
	Tracción	\$ 25.00 No Afec.	\$ 25.00 No afec.		Traslado de contenedor del muelle al Terminal de Neptunia
	Manipuleo de carga al costado de la nave FCL / LCL	\$42.00 x Contenedor. No Afec.			Personal de estiba y desestiba en tierra en zona primaria

SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA LAS MERCANCÍAS VIA MARÍTIMA, 2003					
	Concepto	Contenedor 20'	Contenedor 40'	Carga Suelta	Descripción del concepto
	Servicio de desconsolidación	\$60.00+ IGV	\$60.00+ IGV		
	Movilización para aforo, inspección SENASA U OTROS	\$ 30.00 + IGV	\$ 30.00 + IGV		Traslado y colocación de cont. En el área asignada para la inspección
	Servicio de aforo con montacargas	\$ 30.00 + IGV	\$ 30.00 + IGV		Retirar la mercancía del cont. con montacargas para la inspección respectiva y volverla a ingresar
	servicio de aforo con cuadrilla	\$ 15.00 + IGV	\$ 15.00 + IGV		Retirar la mercancía del contenedor con cuadrilla para la inspección respectiva y volverla a ingresar
	Reconocimiento previo	\$55.00 + IGV	\$55.00 + IGV	\$55.00 + IGV	Si es necesario hacer una inspección previa al aforo por daño, diferencia en peso o cantidad.
	Remisión de orden de retiro	\$ 10.00 + IGV	\$ 10.00 + IGV		Habilitación de orden de retiro en forma extemporánea
	Almacenaje	5 días libres	5 días libres	5 días libres	Existen tres períodos: 1er al 10vo día \$ 5.00 x 20' y \$ 10.00 x 40' . Del 11vo día al 20 vo \$ 8.00 x 20' y \$ 16.00 x 40', del 21 para adelante día \$ 11.00 x 20' y \$ 22.00 x 40' + IGV
	Devolución de Ctns vacíos (en caso de apertura FCL)	\$20.00 + IGV	\$40.00 + IGV		Cubre la devolución del contenedor vacío hasta el depósito que corresponda
	Consumo de energía eléctrica (Reefers)	\$ 2.00 por hora. mínima	\$ 2.00 por hora. mínima		Solo aplica para contenedores refrigerados



SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA LAS MERCANCÍAS VIA MARÍTIMA, 2003					
	Concepto	Contenedor 20'	Contenedor 40'	Carga Suelta	Descripción del concepto
		\$20.00 + IGV	\$20.00 + IGV		Incluye la conexión del cntr. reefer a las tomas del terminal y desconexión hasta su retiro. Tarifa
	Servicio Extraordinario	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	De lunes a viernes a partir de las 20.00 hrs., sábados a partir de las 13.00 hrs.
	Gastos administrativos	\$ 2.00 + IGV	\$ 2.00 + IGV	\$ 2.00 + IGV	Por concepto de gastos administrativos

Fuente: TALMA

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

### Agentes de Aduanas

Son personas o empresas que prestan el servicio de nacionalización de mercancías, pueden actuar en representación de terceros ante las autoridades aduaneras. Se encargan de todos los procesos que se refieren a la legalización de las mercancías que ingresan al territorio peruano provenientes del exterior o con fines de exportación. La lista de Agentes de aduanas habilitados hasta la fecha se encuentra en el Anexo 14.

Los costos del agenciamiento aduanero oscilan entre el 0.6% y el 0.8% del valor CIF de la mercancía, con una comisión mínima entre USD80,00 y USD150, más gastos operativos que ascienden a USD35.00.

No se debe olvidar que a estos costos se deben sumar los pagos por concepto de impuestos arancelarios y tributarios. (Ver el capítulo de acceso al mercado).

### Depósitos Aduaneros Autorizados

Son mejor llamados depósitos aduaneros autorizados y están destinados a almacenar mercancías solicitadas al Régimen de Depósito de Aduanas, las que posteriormente serán destinadas a otros regímenes u operaciones aduaneras. Pueden ser privados o públicos. El depósito aduanero autorizado privado esta destinado al almacenamiento de mercancías de propiedad exclusiva del depositario, mientras el depósito

aduanero autorizado público, esta destinado al almacenamiento de mercancías de diferentes depositantes. En el Anexo 6.11. Se lista la oferta de depósitos aduaneros. Los costos de este servicio dependen del tipo de carga a almacenar y de las dimensiones de las mismas.

**Tabla 51: Ranking de Almacenes y / o Depósitos Aduaneros, 2003.**

RANKING DE ALMACENES Y / O DEPOSITOS ADUANEROS, 2003		
ALMACEN Y/O DEPOSITO ADUANERO	US\$ CIF (Millones)	PESO NETO (Millones TM)
Neptunia SA	942	656
Talma Ogden SRL	668	15
Empresa Nacional de Puertos	521	1.641
Marks Perú SA	456	261
Ransa Comercial SA (Terminal)	329	115
Invers. Marítimas Univers. SA	310	137
Serlipa Swissport SA	294	11
Trabajos Marítimos SA	284	222
Ransa Comercial SA	198	446
Unimar SA	194	84
Shohin SA	128	2
Empresa del Centro del Perú	117	55
Southern Peru Cooper Corp	83	29
Almacenes Mundo SA	69	64
Aeromater SA	61	83
Depósitos SA	60	95
Amacenera de Perú SA	47	44
Terminal y Almacenes de Sur SA	40	121
Invers. Marítimas Univers. SA (Depósito)	33	32
Toyota del Perú SA	36	4
Alicorp SA	34	186
Almacenes y Logística SA	34	6
Terminal Intern. Del Sur SA	33	147
Consorcio de Depósitos SA	29	14
<b>TOTAL</b>	<b>7.336</b>	<b>12.858</b>

Fuente: LOGISTICA & DISTRIBUCION FÍSICA

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

### **Concentración de las empresas prestadoras de servicios**

La concentración de las empresas que prestan sus servicios e intervienen en las operaciones de carga internacional se encuentran en la ciudad de Lima y callao. En la base de datos de la aduana actualmente se encuentran registradas un total de 670 agentes de aduanas, de las cuales 355 operan en Lima. Este tipo de compañías son las que tienen mayor cubrimiento nacional por la naturaleza de su servicio, operando tanto para carga aérea como marítima y terrestre, en el caso de los depósitos aduaneros de los 47 que operan actualmente a nivel nacional 37 están en Lima; mientras de los 30 terminales de almacenamiento marítimo 16 se ubican en Lima y 8 en los puertos de Ilo y matarani. En el caso de los terminales de almacenamiento aéreo, en total operan 9 y 8 están en Lima.

## PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

### Análisis Integral del Sector utilizando la matriz

**Tabla 52 : Análisis integral del sector utilizando la matriz DOFA, 2003.**

ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR : MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
Dependencia de insumos importados	Ubicación Geográfica: Costos competitivos de transporte debido a la cercanía
Falta de integración en la cadena productiva	Reconocida tradición y experiencia de los productos colombianos en el sector
Altos niveles de inversión en la comercialización de los productos por requerir venta personalizada	Rápida respuesta de los proveedores colombianos debido a esta cercanía
Precios de comercialización alto con respecto a los oferentes en el mercado	Conocimiento del Producto y de los sectores a los que van dirigidos
Poco desarrollo de cadenas de distribución a nivel internacional	Incorporación de la investigación de mercados en el proceso exportador
Desconocimiento del mercado y de la competencia	Competitividad de los productos medidos en calidad
Bajo desarrollo en las estrategias de venta	Preferencias arancelarias como miembro de la Comunidad Andina de Naciones
	Menores costos del producto, en términos de nacionalización, como consecuencia del menor valor Cif de la mercancía

ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR : MATRIZ DOFA	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Expansión de los canales de comercialización como las tiendas por departamento y tiendas especializadas.	Alta tendencia a la informalidad en la producción de envases
Expansión de la demanda interna	Alta dependencia del comportamiento de la economía
Crecimiento de los principales sectores consumidores de envases y empaques, especialmente agroindustrial, alimentos, farmacéutica y de bebidas	Alta sensibilidad de la demanda a los cambios de la economía externa especialmente en la asignación de precios de los productos plásticos
Tendencia a la culturización de la población en aspectos de calidad y sanidad en el consumo de alimentos	Alta concentración de la demanda de productos de envases y empaques
Reducción del arancel a cero por ciento de todos los productos a partir del 31 de Diciembre del 2003	Alta concentración de los canales de distribución
Requerimientos de altos niveles de inversión para ofrecer productos con más especificaciones técnicas	Altos niveles de inversión, por parte de las empresas, con el ánimo de mejorar la competitividad de la industria
Bajos niveles de calidad con respecto a los productos importados de papel y cartón	Desarrollo de la industria de papel soportando el desarrollo de los envases y empaques
Pequeños nichos de mercado por desarrollar como el abastecimiento de empresas agroindustriales que importan sus propios insumos	Alta concentración de la oferta en productos de vidrio por parte de la multinacional Owens Illinois
Desarrollo de tapas con las especificaciones técnicas que exige el sector de conservas para sus exportaciones	

ELABORACION : GRUPO CONSULTOR

La evolución del mercado de envases y empaques se encuentra influenciada por el crecimiento del consumo de las principales ramas industriales, entre las que se encuentran el sector de alimentos, bebidas, y farmacéuticos, entre otros, y por el incremento del consumo de la población, la cual empieza a caracterizarse por el desarrollo de la cultura de la calidad y el consumo de productos saludables.

Es previsible la tendencia a mantener la concentración de los canales de distribución como consecuencia de las altas inversiones en tecnología que requiere cada uno de los segmentos, así como de la intensificación de la relación con el cliente de forma casi personalizada en torno a la asesoría técnica y el servicio posventa de los productos. Incluyendo adicionalmente, el servicio de actualización y evolución en lo que se refiere a tecnología.

Las empresas líderes del sector están fuertemente orientadas hacia la especialización de líneas para atender el mercado, pero diversificando en cada una de las categorías de productos, es el caso de Peruplast la cual ofrece empaques flexibles, para la industria alimenticia, o envases industriales con las cajas y envases para la industria de bebidas.

En este contexto, la diversificación de las empresas impulsa la ampliación de su portafolio de productos, incorporando artículos de mayor valor agregado, y una creciente segmentación de la oferta en los mercados. A este respecto, cabe destacar que la orientación de la demanda hacia los productos de buena calidad, un buen precio y excelentes tiempos de entrega son pautas fundamentales para el consumidor al momento de hacer la compra.

Por otra parte, la mezcla de mercadeo de las principales empresas son evidencia de las crecientes inversiones en demostraciones y exhibiciones con el objetivo de fortalecer la imagen y promover nuevos productos, sobre todo en los mercados con mayor grado de rivalidad competitiva y penetración de productos nuevos como son los sectores de plástico y papel.

Por otro lado, en el marco de la Comunidad Andina, las previsiones de crecimiento de la producción en función de la competitividad apuntan hacia un liderazgo de los productos provenientes de los países miembro, en función a los acuerdos regionales AEC. En este sentido, hay que mencionar que el sector se encuentra protegido del ingreso de productos de terceros países, beneficiando sustancialmente la posición de Colombia en este sector.

### **Perspectivas a corto y mediano plazo e Inversiones Futuras**

En el corto y mediano plazo el comportamiento del mercado de envases y empaques en Perú señala que la tendencia de crecimiento continuará durante el 2003 y 2004, gracias a tres factores, uno la expansión del consumo por medio del incremento de la demanda de la población, por el crecimiento y la expansión de las grandes empresas de los diferentes sectores, así como de los comercializadores del mercado (representantes y distribuidores), y la renovación de productos motivada principalmente por el desarrollo de la industria del envase y el empaque.

Otro punto importante dentro de las perspectivas futuras del mercado, es la entrada en vigencia del AEC (Arancel Externo Común), el cual favorece considerablemente la producción colombiana de estos productos, pues, según la información contenida en el capítulo de Acceso al Mercado, la importación de envases y empaques goza hasta de un 20% de preferencia con respecto a terceros países. Adicionalmente, hay que tener en cuenta la programación de desgravación arancelaria al interior de la Comunidad Andina establecida en la Decisión 414 del Acuerdo de Cartagena.

En este contexto de favorabilidad es importante que las empresas colombianas establezcan estrategias de entrada a este mercado, apoyadas en el conocimiento de varios factores:

1. El mercado se encuentra inmerso en una guerra de precios que han afectado considerablemente el margen de ganancia de los distribuidores, comercializadores y representantes.
2. La tendencia a consumir productos reconocidos por su calidad, lo cual no solo es interés de las grandes empresas del sector, sino por el contrario es un sentimiento que se ha venido generalizando alrededor de toda la industria.
3. El empresario peruano se preocupa por el posicionamiento de su producto en el mercado, lo cual le exige un acondicionamiento en cuanto a diseño y presentación, motivado principalmente por el desarrollo de los nuevos formatos de comercialización del mercado, en especial el consumo masivo, donde la tendencia apunta hacia el crecimiento de las cadenas de supermercados y los hipermercados.

4. El poder de negociación de los clientes es muy alto, en especial de las grandes empresas de los diferentes sectores, las cuales concentran la producción y el mercado de la mayoría de los sectores de la industria peruana. Tan solo se tiene claro el poder de negociación de las empresas productoras de envases y empaques en el caso del segmento de vidrio, donde las mayores fabricantes pertenecen a un mismo grupo y tienen el monopolio del mercado.
5. El factor precio, es importante para llegar a consolidar una negociación con un empresario peruano, pues los márgenes de comercialización son muy reducidos en el mercado local, lo que representa un elemento de suma importancia para el consumidor. Además, del empleo de medios demostrativos y prácticos al momento de la introducción de un producto, así como el servicio técnico y el servicio posventa generan un factor de competitividad.

Entre las estrategias a desarrollar en el mercado, se encuentra principalmente el ofrecer los productos colombianos a menores precios respecto a los ofrecidos en el mercado local, compitiendo con calidad, precio y tiempo de entrega, aprovechando las bondades de los acuerdos internacionales para disminuir el precio de los productos.

Otra parte importante de la estrategia es ofrecer un mayor portafolio de productos, el cual los distribuidores o representantes (en caso de tener uno) o el encargado de ventas puedan captar mayor cantidad de clientes sin reducir más sus márgenes, o los estándares de calidad ofrecidos usualmente con otras compañías de reconocimiento internacional.

Adicionalmente, se sugiere introducir al mercado productos que se adapten a las necesidades de la idiosincrasia peruana, lo cual implica una estrategia de investigación de mercado más profunda para cada uno de los segmentos y tipo de producto que se está comercializando.



## ANEXOS

## Anexo 1: Solicitud de Inspección, 2003.

<b>COTECNA</b> SUPERVISIÓN DE IMPORTACIONES 58 Rue de la Terrasse P.O. Box 5155, 1211 Genève 5, Suisse Filial Perú, Camino Real 390 Torre Central Piso 10 San Isidro Tel.: (51-1) 422-9040 Fax: (51-1) 441 4191 440-0577		<b>COTECNA INSPECTION S.A.</b> N° S.I. DCTO. DE IDENTIFICACION:																										
<b>SOLICITUD DE INSPECCION</b>																												
IMPORTADOR: <u>FORMAS INTIMAS SAC</u> DIRECCION: <u>AV. CAMINO REAL 345</u> TELEFONO: <u>222 3642 / 9871131</u> FAX: <u>222 3643</u>		CONTACTO: <u>CRISTIAN MONSALVE</u> E-MAIL: <u>PERU@FORMASINTIMAS.COM</u>																										
VENDEDOR: <u>C.I. FORMAS INTIMAS S.A.</u> DIRECCION: <u>CALLE 10 SUR No 51673 MEDALLIN</u> TELEFONO: <u>574-3616699</u> FAX: <u>3615896</u>		CONTACTO: <u>LUIS GABRIEL URABO</u> PAIS: <u>COLOMBIA</u> E-MAIL: <u>LUISG60@FORMASINTIMAS.COM</u>																										
<b>1. CONCEPTOS A CARGO DEL COMPRADOR NO INCLUIDOS EN LA FACTURA</b> a) Comisiones o Corretaje La transacción fue realizada con la participación de algún intermediario denominado también Agente, Comisionista u otro? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> En caso afirmativo, por favor indicar: Nombre: <u>F.Y.L. COMERCIAL S.A.</u> Dirección: <u>LANCER 345 OF 602</u> Ciudad: <u>LIMA</u> País: <u>PERU</u> Tipo: Intermediario de venta <input type="checkbox"/> Intermediario de compra <input type="checkbox"/> Corredor (Broker) <input type="checkbox"/> Intermediario importador <input checked="" type="checkbox"/> Existen comisiones de compra? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u> Existen comisiones de venta? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u> Existe corretaje? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u>		<b>DOCUMENTACION ANEXA:</b> Factura Proforma <input type="checkbox"/> Pedido <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> N° <u>001</u> Fecha: <u>NOV 20/2002</u> Moneda de Transacción: <u>DOLARES AMERICANOS</u> <b>PAIS DE PROCEDENCIA DE LA MERCADERIA:</b> País de Origen: <u>COLOMBIA</u> País y Lugar de Embarque: <u>GUAYAMA, COLOMBIA</u> Fecha estimada de Embarque: <u>NOVIEMBRE 26</u> <b>NIVEL COMERCIAL DEL IMPORTADOR:</b> Fabricante <input type="checkbox"/> Distribuidor <input checked="" type="checkbox"/> Mayorista <input type="checkbox"/> Minorista <input type="checkbox"/> Detallista <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>TERMINOS DE ENTREGA:</b> FOB <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>NATURALEZA DE LA TRANSACCION:</b> Indicar la naturaleza de la transacción o tipo de operación comercial efectuada y el código correspondiente, según lo siguiente: Código: <u>11</u> 11 Compraventa a precio firme para su exportación al país de importación 12 Compraventa a precio revisable para su exportación al país de importación 13 Compraventa para uso en el exterior y posterior exportación para el Perú 14 Suministro gratuito (regalos, muestras, material publicitario) 15 Reparación o transformación 16 Importación efectuada por sucursal o persona jurídica 17 Entrega bajo consignación para la venta a la vista o pronta 18 Intermedio compensado 19 Arrendamiento financiero (leasing) 20 Alquiler simple, arrendamiento operativo, prestado 26 Operaciones en el marco de programas intergubernamentales de cooperación común 27 Suministro de materiales no maquinables en el marco de un contrato general de construcción (revistas parciales) 28 Otras transacciones (especifique en el espacio adicional) 29 Ventas sucesivas suces de la nacionalización 30 Trueque																										
<b>b) Envases, embalajes y otros</b> Existen costos de envases y/o embalajes (incluido mano de obra y materiales) que no están incluidos en el valor de la factura? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u> Existen gastos de fletes internos, carga o manipuleo no incluidos en la factura? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u>		<b>2. CONDICIONES DE LA TRANSACCION</b> a) Restricciones ¿Existe alguna restricción para la utilización de las mercancías, con excepción de las siguientes? - Impuestos o exigidas por las leyes o autoridades del Perú - Que limiten el territorio geográfico donde puedan venderse las mercancías - Cualquiera que no afecte sustancialmente el valor de las mercancías SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u> En caso afirmativo por favor especificar: <u>                    </u>																										
<b>c) Cánones o derechos de licencia (regalías)</b> Existen cánones o derechos de licencia (regalías) relativos a las mercancías a inspeccionar que Ud. esté obligado a pagar directa o indirectamente como condición de la venta no incluidos en la factura? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> En caso de ser afirmativo, especifique las condiciones e indique los importes o porcentajes: <u>                    </u>		b) Condiciones y contraprestaciones - Si precio de la factura, depende de alguna condición o contra prestación con relación a las mercaderías a valorar? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> - Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto o porcentaje: <u>                    </u> - Está la venta condicionada a que una parte del producto de cualquier reventa cesión o utilización posterior de las mercancías importadas revierta directa o indirectamente al vendedor? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto o porcentaje: <u>                    </u>																										
<b>d) Bienes y servicios suministrados por el comprador</b> Existen bienes y servicios suministrados por el comprador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías a importar tales como: - Materiales, componentes, partes, piezas o elementos análogos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Monto: <u>                    </u>		c) Vinculación - Existe vinculación (*) con su vendedor extranjero? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> De ser afirmativa su respuesta: - Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías a importar? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> - Se aproxima mucho el valor de las mercancías a importar al valor de otras idénticas o similares entre personas no vinculadas? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> En caso afirmativo por favor especificar: <u>                    </u> <u>DE MISMA GRUPO</u>																										
<b>TRANSPORTE:</b> Aéreo <input checked="" type="checkbox"/> Marítimo <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>ADUANA DE INGRESO:</b> Aeropuerto Jorge Chávez <input checked="" type="checkbox"/> Caño <input type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Tacha <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/>		<b>SU MERCADERIA:</b> Será embarcada en FCL? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Permite embarques parciales? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Es mercadería usada? <u>                    </u> Año de fabricación: <u>                    </u> <b>SOLICITUD ABIERTA?</b> Su Exportador, es consolidador? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Es Ud. intermediario? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Existe un contrato en la transacción SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> ¿En qué ciudad desea que se imponga el informe de Verificación? Lima <input checked="" type="checkbox"/> Ilo <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Puno <input type="checkbox"/> Arequipa <input type="checkbox"/> Tiquitos <input type="checkbox"/> Piura <input type="checkbox"/> Tacha <input type="checkbox"/>																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>PARTIDA ARANCELARIA</th> <th>DESCRIPCION DE LA MERCADERIA Señalar: Producto, marca, modelo, otras características</th> <th>CANTIDAD</th> <th>VALOR UNITARIO</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6103220000</td> <td>TRAZA FIBRA SINTETICA</td> <td>11.064</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6212100000</td> <td>BRASIER PARA SINT. Y ALGODON</td> <td>5.036</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6109909000</td> <td>CAMISITA FIBRA SINTETICA</td> <td>72</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6107120000</td> <td>BOLSA FIBRA SINT. O ARTIFICIAL</td> <td>696</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA Señalar: Producto, marca, modelo, otras características	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	6103220000	TRAZA FIBRA SINTETICA	11.064			6212100000	BRASIER PARA SINT. Y ALGODON	5.036			6109909000	CAMISITA FIBRA SINTETICA	72			6107120000	BOLSA FIBRA SINT. O ARTIFICIAL	696			<b>TOTAL FOB</b> <u>29 735</u> <b>FLETE</b> <b>SEGURO</b> <b>OTROS</b> <b>VALOR TOTAL</b> <b>OBSERVACIONES:</b>	
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA Señalar: Producto, marca, modelo, otras características	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL																								
6103220000	TRAZA FIBRA SINTETICA	11.064																										
6212100000	BRASIER PARA SINT. Y ALGODON	5.036																										
6109909000	CAMISITA FIBRA SINTETICA	72																										
6107120000	BOLSA FIBRA SINT. O ARTIFICIAL	696																										
<b>NOTA:</b> (*) Favor indicar la moneda de la transacción. (**) Solo se considera que existe VINCULACION entre las personas en los casos siguientes: Si una de ellas ocupa cargos de responsabilidad o dirección en una empresa de la otra. Si están legalmente reconocidas como asociadas en negocios. Si están en relación de importador y exportador. Si una persona posee, controla o tiene directa o indirectamente el 5% o más de las acciones o títulos con derecho a voto de una o de otra. Si una de ellas controla directa o indirectamente a otra. Si ambas son controladas directa o indirectamente por una misma persona.		1. Favor proporcionarnos a la brevedad posible la Traducción al español de su Factura Comercial. 2. Si trabaja con un Embarcador o Forwarder favor proporcionarnos los siguientes datos (opcional). EMBARCADOR: <u>F.Y.L. COMERCIAL S.A. LANCER 345 OF 602</u> TEL: <u>3410222</u> Declaro bajo responsabilidad que no he solicitado a otra empresa verificadora el servicio de inspección correspondiente a esta solicitud y que la información consignada es correcta, completa y correspondiente a las condiciones pactadas con el vendedor. Asimismo declaro conocer y aceptar en su totalidad los términos y condiciones contenidas en el reverso de la presente S.I. Nombre del declarante: <u>CRISTIAN DAVID MONSALVE BOTERO</u> Nombre del declarante: <u>GERARDO GARCIA</u>																										

## Anexo 2: Orden de Pedido, 2003.

PROPIETARIO DE BONA INTIMA FAX 3615895 A.A. 52610

Ciente

RUC: 20505676051  
 Nombre: FORMAS INTIMAS S.A.C.  
 Dirección: AV. CAMINO REAL 345  
 Teléfono: 511 - 927 11 31 - 222 36 42  
 Ciudad: LIMA

Permitir otra mezcla de Tallas: ☐  
 Permitir otra mezcla de Colores: ☐ FALSO

Nivel de Ser: 95%  
 Nro Desp. P: 0

Observaciones:

Q.C.  Octo. Alterno

Prioridad: 10

Despachar entre: 4-Dic-02 a 4-Ene-03

Fecha de: 29-Oct-02 Insertar Nuevas Filas

Vendido:

XS	S	M	L	XL	XXL	XXS
30	32B	34B	36B	38B	40	
30	32	34	36	38	40	42
	S-32	M-34	L-36	XL-38	XXL-40	

Unid.	V. Unit.	Total
16 918	681	39 785


Item	Ref	Color	COLOR	DESCRIPCION	MARCA	2-4	6-8	10-12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	42	Emp	Tipo Empaque	Desc	T. Unid.	Vr. Unit.	Total
1	33094	025	BLANCO	BRASSIER					12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	38	285.32	
2	62.12.10.00.00	303	PIEL						24	24	12													1	Caja x Doc	#N/A	60	442.20	
3		151	AZUL OSC						24	24	12													1	Caja x Doc	#N/A	60	442.20	
4		050	NEGRO						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	285.32	
5	44094	025	BLANCO	TRUZA					12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	73.90	
6	61.08.22.00.00	303	PIEL						24	24	12													1	Caja x Doc	#N/A	60	123.00	
7		151	AZUL OSC						24	24	12													1	Caja x Doc	#N/A	60	123.00	
8		050	NEGRO						24	24	24													1	Caja x Doc	#N/A	72	147.60	
9	32098	154	AZUL ORO	BRASSIER					6	6														1	Caja x Doc	#N/A	12	73.32	
10	62.12.10.00.00	051	NEGRO-PIEL						6	6														1	Caja x Doc	#N/A	12	73.32	
11	43098	154	AZUL ORO	TRUZA					6	6														1	Caja x Doc	#N/A	12	29.88	
12	61.08.22.00.00	051	NEGRO-PIEL						6	6														1	Caja x Doc	#N/A	12	29.88	
13	33093	025	BLANCO	BRASSIER					12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	269.40	
14	62.12.10.00.00	303	PIEL						12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	269.40	
15		050	NEGRO						12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	269.40	
16	43093	025	BLANCO	TRUZA					12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	71.40	
17	61.08.22.00.00	303	PIEL						12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	71.40	
18		050	NEGRO						12	12	6													1	Caja x Doc	#N/A	30	71.40	
19	44093	025	BLANCO	TRUZA					6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	39.78	
20	61.08.22.00.00	303	PIEL						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	39.78	
21		050	NEGRO						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	39.78	
22	32099	025	BLANCO	BRASSIER					24	24	24													1	Caja x Doc	#N/A	72	367.20	
23	62.12.10.00.00	303	PIEL						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	183.60	
24		151	AZUL OSC						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	183.60	
25	43099	025	BLANCO	TRUZA					24	24	24													1	Caja x Doc	#N/A	72	179.28	
26	61.08.22.00.00	303	PIEL						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	89.64	
27		151	AZUL OSC						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	89.64	
28	44099	025	BLANCO	TRUZA					6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	41.76	
29	61.08.22.00.00	303	PIEL						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	41.76	
30		151	AZUL OSC						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	41.76	
31	30071	025	BLANCO	BRASSIER					6	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	133.20	
32	62.12.10.00.00	050	NEGRO						6	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	133.20	
33		151	AZUL OSC						6	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	133.20	
34	43071	025	BLANCO	TRUZA					6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	24	54.96	
35	61.08.22.00.00	050	NEGRO						6	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	82.44	
36		151	AZUL OSC						6	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	36	82.44	
37	44071	025	BLANCO	TRUZA					6	6	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	63.90	
38	61.08.22.00.00	050	NEGRO						6	6	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	63.90	
39		151	AZUL OSC						6	6	12													1	Caja x Doc	#N/A	30	63.90	
40	32091	025	BLANCO	BRASSIER					12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	42	199.08	
41	62.12.10.00.00	050	NEGRO						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	24	113.76	
42		151	AZUL OSC						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	24	113.76	
43		303	PIEL						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	42	199.08	
44	43091	025	BLANCO	TRUZA					12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	42	95.76	
45	61.08.22.00.00	050	NEGRO						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	24	54.72	
46		151	AZUL OSC						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	24	54.72	
47		303	PIEL						12	12	12													1	Caja x Doc	#N/A	42	95.76	
48	44091	025	BLANCO	TRUZA					6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	38.16	
49	61.08.22.00.00	050	NEGRO						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	38.16	
50		151	AZUL OSC						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	38.16	
51		303	PIEL						6	6	6													1	Caja x Doc	#N/A	18	38.16	
52	32090	025	BLANCO	BRASSIER					24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	494.40	
53	62.12.10.00.00	050	NEGRO						24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	494.40	
54		151	AZUL OSC						24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	494.40	
55	43090	025	BLANCO	TRUZA					24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	224.64	
56	61.08.22.00.00	050	NEGRO						24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	224.64	
57		151	AZUL OSC						24	36	24	12												1	Caja x Doc	#N/A	96	224.64	
58	32097	025	BLANCO	BRASSIER					6	12																			



## Anexo 3: Informe de Verificación, 2003.

COTECNA Ginebra - Suiza		INFORME DE VERIFICACION		REGISTRO DE EMPRESA VERIFICADORA								
		EMITIDO SEGUN REGLAMENTACION DE LA REPUBLICA DEL PERU		No IDV: 2/169/2003/012766/001/1								
				No Orden: 526820/1P	COPIA 1							
1 IMPORTADOR												
1.1 Nombre: FORMAS INTIMAS S.A.C.		1.2 Documento Identidad: 4 20505676051										
1.3 Dirección: AV. CONQUISTADORES 140 - SAN ISIDRO		1.4 Ciudad: LIMA - PERU										
2 VENDEDOR												
2.1 Nombre: C.I. FORMAS INTIMAS S.A.		2.2 Condición: 1										
2.3 Dirección: CALLE 10 SUR N° 51C- 77		2.5 Teléfono: 5743616699										
2.4 Ciudad: MEDELLIN		2.5 País: CO COLOMBIA		2.7 Fax: 3615896								
2.8 Página Web:		2.9 E-mail:										
3 TRANSPORTE												
3.1 No B/L-AWB-Carta Porte:		3.2 Fec B/L-AWB:		3.3 Vía de Transporte: 4								
3.4 Lugar de Embarque: MEDELLIN		3.5 Peso Bruto (Kg): 0,00		3.7 Aduana: 235								
3.6 Embalajes, Marcas:		3.6 Peso Neto (Kg): 0,00										
* ITEMS 39,41,44: TEJ. DE PUNTO												
4 TRANSACCION												
4.1 Naturaleza: 11		4.2 Moneda: USD US DOLLAR		4.3 Incoterm: FCA Ciudad: MEDELLIN								
4.4 Observaciones:												
5 DESCRIPCION DE MERCANCIA												
5.1 Item	5.2 No Factura Comercial	5.3 Fec.Fac.	5.4 Ong	5.5 Precio Facturado Unitario	5.6 FOB Unitario Calculado	5.7 Precio Verificado Unitario	5.8 Met.	5.9 Ajustes	5.10 Res	5.14 Total Precio Verificado		
1	0003828	28/12/2002 CO		0,780000	0,780000	0,780000	1		1	299,520000		
2	0003828	28/12/2002 CO		0,780000	0,780000	0,780000	1		1	299,520000		
3	0003828	28/12/2002 CO		0,910000	0,910000	0,910000	1		1	349,440000		
4	0003828	28/12/2002 CO		0,760000	0,760000	0,760000	1		1	246,240000		
5	0003828	28/12/2002 CO		0,900000	0,900000	0,900000	1		1	162,000000		
6	0003828	28/12/2002 CO		0,950000	0,950000	0,950000	1		1	319,200000		
7	0003828	28/12/2002 CO		0,850000	0,850000	0,850000	1		1	183,600000		
5.1 Item	Nombre Comercial, Marca, Modelo, Características								5.11 Cantidad	5.12 Umd.	5.13 Est.	5.12 Est. anulario
1	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:60750, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10	
2	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:62002, BLANCO/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10	
3	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63004, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10	
4	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63005, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								324	U	10	
5	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 64% POLYESTER 32%ALG 4%OTRAS REF:63006, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								180	U	10	
6	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 58.5% POLYESTER 31.5%ALG 8%NYLON 4%OTRAS REF:63015, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								336	U	10	
7	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63019, BLANCO/MARFIL/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								216	U	10	
Tot. itm.	87								Descripción de estados			
6 RESULTADO DE LA VERIFICACION						Fecha: 10/01/2003						
6.1 Total Precio Factura:		39 607,860000		6.6 Fecha Inspecc.: 27/12/2002								
6.2 Total Valor FOB Calculado:		39 607,860000		6.4 Ciudad Inspecc.: COMDE MEDELLIN								
6.3 Total Precio Verificado:		39 607,860000		6.5 País: CO COLOMBIA								
				6.5 Lugar Emisión: COBOG BOGOTA				6.7 Emitido por: Cotecna Inspection S.A.				
NO ES VALIDO SI NO CUENTA CON UNA FIRMA AUTORIZADA						PAG. 1 / 7						
NO ES OBJETO DEL PRESENTE DOCUMENTO LIBERAR AL VENDEDOR DE SUS OBLIGACIONES LEGALES Y CONTRACTUALES												
FC:20021405/02												

**Anexo 4: Factura Comercial, 2003.**



# Formas Intimas

PRODUCTORES DE ROPA INTIMA

CLIENTE / CUSTOMER / FORWARDING INFORMATION

FORMAS INTIMAS S.A.C

FORMAS INTIMAS S.A.C

AVENIDA CONQUISTADORES 146, SAN DIEGO

Nit: 28505676091 Tel: 222-34-42

LIHAYPERU

FORMAS INTIMAS S.A.C

AVENIDA GUAYABAL

CALLE 10 SUR No. 51C-77 - 6° PISO

MEDELLIN - COLOMBIA - SUR AMERICA

(574)361 66 99

FAX: (574)361 68 96

www.formasintimas.com

info@formasintimas.com

## FACTURA / INVOICE

### CAMBIARIA DE COMpravENTA

No. 0003828

ISSUING DATE FECHA FACTURA	DUE DATE FECHA VENCIMIENTO	OUT FLOW ORDER REMISSION No.	PURCHASE ORDER PEDIDO No.
02/03/2006	04/03/2006	0003828	


ZONA / ZONE: FORMA DE PAGO / TERMS OF PAYMENT

PLAZO DE PAGO / TIME OF PAYMENT

CREDITO 120 DIAS


EF. / ITEM	DESCRIPCION / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	UNIDAD / UNIT	PRECIO UNITARIO / UNIT PRICE	VALOR / TOTAL PRICE
60758	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62002	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
63004	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
63005	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
63006	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62015	PANTY 80.50% POL 11.50% ALG 60% 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62019	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62021	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62022	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62024	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62031	PANTY 80.50% POL 11.50% ALG 60% 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62037	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62040	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62047	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62051	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62054	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62057	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62061	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62064	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62067	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62071	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62074	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62077	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62081	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62084	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62087	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384	UND	0.70	268.80
61.00.02.00.00					
62091	PANTY 84% POLYESTER 42 OTRAS	384			

**Anexo 5: Certificado de Origen, 2003.**

Ministerio de Comercio Exterior de Colombia MinComexColombia			CERTIFICADO DE ORIGEN ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION		FORMA: No.
1. PAIS EXPORTADOR  <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: large;">COLOMBIA</div>			2. PAIS IMPORTADOR  <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: large;">PERU</div>		
3N/O (B)	4. NALADISA 61.08.22	5. DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS PANTY 96% POLYESTER, 4% OTRAS. PANTY 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. PANTY 58.5% POLYESTER, 31.5% ALGODON, 6% NYLON, 4% OTRAS. PANTY 96% NYLON POLIAMIDA, 4% OTRAS. PANTY 85% NYLON, 10% SPANDEX, 5% OTRAS. PANTY 53% POLYESTER, 30% ALGODON, 13.5% NYLON, 3.5% SPANDEX. PANTY 88% NYLON, 12% SPANDEX. PANTY 88% POLYESTER, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. PANTY 88% NYLON, 12% SPANDEX. BRASIER 96% NYLON POLIAMIDA, 4% OTRAS. BRASIER 58.5% POLYESTER, 31.5% ALGODON, 6% NYLON, 4% OTRAS. BRASIER 85% NYLON, 10% SPANDEX, 5% OTRAS. BRASIER 53% POLYESTER, 30% ALGODON, 13.5% NYLON, 3.5% SPANDEX. BRASIER 88% NYLON, 12% SPANDEX. BRASIER 88% POLYESTER, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. BRASIER 88% NYLON, 12% SPANDEX. PANTALONCILLO 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. BOXER 55.8% POLYESTER, 32.2% ALGODON, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. BOXER 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. PANTALONCILLO 55.8% POLYESTER, 32.2% ALGODON, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. CAMISILLA 88% NYLON, 12% SPANDEX. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX			
6. DECLARACION DE ORIGEN  DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura Comercial No. 3828 AL 3833 DICIEMBRE - 28 de 2002 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (ACUERDO DE CARTAGENA) de conformidad con el siguiente desglose:					
3N/O (I)	7. NORMAS (3)				
1 LITERAL C, RESOLUCION 506/97 2 LITERAL C, RESOLUCION 506/97 3 LITERAL C, RESOLUCION 506/97 4 LITERAL C, RESOLUCION 506/97  XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX					
8. FECHA ANO MES DIA 2003 01 07		9. RAZON SOCIAL DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR C.I. FORMAS INTIMAS S.A.  10. FIRMA Y SELLO DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR			
11. OBSERVACIONES					
12. CERTIFICACION DE ORIGEN  Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de _____ a los _____					
 NOMBRE, FIRMA Y SELLO ENTIDAD CERTIFICADORA					
NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente. (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de éste. En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su nombre de origen.					



**Anexo 6: Volante (Manifiesto de Carga), 2003.**

SWISSPORT GBH PERU S.A.		<b>swissport</b>  GBH		FECHA: 02/03/2003																									
AV. FAUCETT 4800 - CALLAO		SISTEMA DE ALMACENES		HORA : 13:11:33																									
RUC: 20135227740		V O L A N T E																											
<p>Nro. de Ingreso : 381540</p> <p>Guia Aérea : 736980</p> <p>Consignatario : FAMETAL S.A.</p> <p>Contenido : HYD BNDR W/O PUMP</p> <p>Línea Aérea : 404 ARROW AIR SUCURSAL DEL PERU</p> <p>Nro. de Vuelo : 619</p> <p>Fecha Llegada : 02/03/2003</p> <p>Término Descarga : 02/03/2003</p> <p>Nro. Manifiesto : 2462</p> <p>Punto Origen : 249120 CHICAGO-ILL</p> <p>Consolidador : PANALPINA TRANSPORTES MUNDIALES S.A.</p> <p>Estado : BUENA</p>																													
<p>411927-03</p>																													
<table border="0"> <tr> <td colspan="2">*---Manifestado---</td> <td colspan="2">*---Buenos---</td> <td colspan="2">*---Malos---</td> <td colspan="2">*---Recibido---</td> </tr> <tr> <td>Peso (Kgs)</td> <td>Bultos</td> <td>Peso (Kgs)</td> <td>Bultos</td> <td>Peso (Kgs)</td> <td>Bultos</td> <td>Peso (Kgs)</td> <td>Bul</td> </tr> <tr> <td>51.30</td> <td>1</td> <td>51.00</td> <td>1</td> <td>0.00</td> <td></td> <td>51.00</td> <td></td> </tr> </table>						*---Manifestado---		*---Buenos---		*---Malos---		*---Recibido---		Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bul	51.30	1	51.00	1	0.00		51.00	
*---Manifestado---		*---Buenos---		*---Malos---		*---Recibido---																							
Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bultos	Peso (Kgs)	Bul																						
51.30	1	51.00	1	0.00		51.00																							
<p>Av. Fauceff N° 4800 Callao - Perú Telf.: 4840111</p>																													

## Anexo 7: Declaración Única de Aduana (Formato A), 2003.



PANALPINA aduanas		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)				2. REGISTRO DE ADUANA	
ARENERA DEL CALLAO		Código		Referencia: Marley		Nº Declaración:	
Nº Orden:		Destinación		Modalidad		Nº Orden de Embarque:	
2003/411927		10		0-0		235-2003-10-016505-01-0-00	
1. IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador				Fecha Numeración:	
00-FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAMEL						05-03-2003	
1.2 Cód. y Doc. de Identificación		1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cód. Ubi. Geo	
4 20100302005		Av. PROL. ANTONIO BAIZ 1524 LA VICTORIA				150115	
3. TRANSPORTE		3.1 Empresa Transporte		Código		3.2 Nº Manifiesto	
ARROW AIR				JM		235-2003-2462	
3.4 Fecha Término Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (Tránsito, Reembarque)		Código		3.6 Unidad transporte (Tránsito, Reembarque)	
02-03-2003						3.7 Aduana Destino/Salida	
4. ALMACEN		4.1 Terminal de Almacenamiento		Código		4.2 Depósito Aduanero Autorizado	
SERVICIOS LITORAL PACIFICO				3052			
5. TRANSACCION		5.1 Entidad Financiera		Código		5.2 Modalidad	
						Al Contado	
6. VALOR ADUANA		6.1 FOB / Valor Cláusula Venta		6.2 Flete / Comisión Exterior		6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles	
1 001,400		66,950		30,000		0	
7. DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 Nº Serie / Total		7.2 Items Ejemplar "B"		7.3 Número Declaración Precedente	
0001/0001		1					
7.5 Punto de Embarque		7.7 Fecha de Emb.		7.8 Doc. Transp.		7.9 Nº Certificado Origen	
CHICAGO		25-02-2003		000000736980			
7.12 Cantidad Bultos		7.13 Clase		7.14 Peso Neto Kilos		7.15 Cantidad Unidad Fisica	
1,000		BUL		48,000		1,000	
7.16 Subpartida Nacional		7.17 Subpartida NALADISA / NABANDINA		7.18 Tipo		7.19 TPI	
8479899000		0V		3		7.20 TPN	
7.26 FOB Moneda Transacción		7.30 FOB US \$		7.31 Flete US \$		7.32 Seguro US \$	
1 001,400		USD		1 001,400		66,950	
7.36		1. DOBLADURA DE TUBOS FAMEL 88U					
7.38		2. Descripción					
7.39		3. Mercancías					
7.36		Nº Factura Comercial		Fecha		Nº	
AB46548		18-02-2003					
7.37 Información Complementaria		VENT2001		7.38 Observaciones			
7.39		Tipo de Observación					
8. DECLARANTE		8.1 Nombre o Razón Social		Código		9. Nº CONTENEDORES/PRECINTOS	
PANALPINA ADUANAS S.A.				9344			
8.3 Fecha		05-03-2003					
10. DILIGENCIA ADUANERA		10.1 Cód. Especialista		10.2 Fecha Vencimiento		10.3 Plazo Autorizado	
11. CONTROL OFICIAL DE ADUANAS		11.1 Código		11.2 Fecha		12. REGULARIZACION / CONTROL DE EMBARQUE / TORNAGUIA	
						12.1 Código	
						12.2 Fecha	
13. DEPOSITO ADUANERO ZONA PRIMARIA		13.1 Fecha Término de Recepción		13.2 Cantidad y Clase de Bulto		14. TRANSPORTISTA	
						14.1 Fecha Término de Recepción	
13.3 Peso Bruto en kilos							
15. VALIDACION DE DATOS		15.1 Clave de Validación		15.2 Clave de Validación		15.3 Clave de Validación	
CB07C912ABAC2A367BA13C3367D69459AED0A9AF							
Total Kils.Net		48,000		Total Kils.Bruto		51,000	
Total Unid.Fis.		1,000		Total Unid.Cover		1,000	

## Anexo 8: Declaración Única de Aduana (Formato B), 2003.

PANALPINA aduanas										DECLARACION UNICA DE ADUANAS (B)										2. REGISTRO DE ADUANA																																																																																									
AGENCIA DEL CALLAO										CÓDIGO										Nº Declaración:																																																																																									
Nº ORDEN:										Destino:										Modalidad:										Tipo Despacho:										Nº Orden de Embarque:										Nº Declaración:																																																											
2003/411927										10										0-0										Nº Declaración:										235-2003-10-016505-01-0-00																																																																					
1. IDENTIFICACION										1.1 Importador										1.2 Cód. y Documento Identificación										1.3 Nivel Comercial										Fecha Numeración:																																																																					
FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAMETAL										4										20100302005										5										05-03-2003																																																																					
3. PROVEEDOR										3.1 Nombre o Razón Social										Código										3.2 Condición																																																																															
GREENLEE TEXTRON, INC.																				US050882										1																																																																															
3.3 Dirección										3.4 Ciudad										3.5 País										3.6 Teléfono																																																																															
4455 BOEING DRIVE ROCKFORD IL 61109-2988										IN ILLINOIS CALL										US										815 397 7070																																																																															
3.7 Fax										3.8 Página Web										3.9 Email																																																																																									
815 397 7070																																																																																																													
4. TRANSACCION										4.1 Naturaleza										4.2 Forma de Envío										Código																																																																															
DESCRIPCION DE LA MERCANCIA										5.1 Nº Item/Total										5.2 Nº Factura Comercial										5.3 Fecha Factura										5.4 Incoterm										Ciudad										5.5 Cod. Mon.										5.6 Tipo Val										Código																													
0001/0001										A846548										18/02/2003										FOB										CHICAGO - 2										USD										Definid. 1																																																	
5.7 País Origen										5.8 País Embar.										5.9 FOB Unitario US \$										5.10 Ajuste Unitario US \$										5.11 Cantidad Unit. Comercial										Unidad										5.12 Nombre Comercial																																																	
US										US										1 001,400000										0										1,000000										U										DOBLADORA DE TUBOS																																																	
5.13 Marca Comercial										5.14 Modelo										5.15 Año/Año										5.16 Estado										5.17 Identificador										5.18 I.V.																																																											
FAMETAL										880																				10																				0																																																											
8479.89.90.00.										5.19 Características, Tipo										Clase, Variedad										Uso o Aplicación, Presentación										Material o Composición %																																																																					
1.																																																																																																													
2.																																																																																																													
3.																																																																																																													
4.																																																																																																													
5.20 Observaciones																																																																																																													
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA										5.1 Nº Item/Total										5.2 Nº Factura Comercial										5.3 Fecha Factura										5.4 Incoterm										Ciudad										5.5 Cod. Mon.										5.6 Tipo Val										Código																													
5.7 País Origen										5.8 País Embar.										5.9 FOB Unitario US \$										5.10 Ajuste Unitario US \$										5.11 Cantidad Unit. Comercial										Unidad										5.12 Nombre Comercial																																																	
5.13 Marca Comercial										5.14 Modelo										5.15 Año/Año										5.16 Estado										5.17 Identificador										5.18 I.V.																																																											
5.19 Características, Tipo										Clase, Variedad										Uso o Aplicación, Presentación										Material o Composición %																																																																															
1.																																																																																																													
2.																																																																																																													
3.																																																																																																													
4.																																																																																																													
5.20 Observaciones																																																																																																													
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR (Marque 1 caso Alternativo y 2 caso Negativo)										6.1 Participó en la Transacción Comercial algún intermediario denominado también Agentes, Comisionista u otro?										2																																																																																									
6.2 Nombre del Intermediario										6.3 Dirección										6.4 Ciudad										6.5 País										6.6 Tipo										6.7 E-mail																																																											
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION (Marque 1 caso Afirmativo y 2 en caso Negativo)										7.1										7.2										7.3										7.4										7.5										7.6										7.7										7.8										7.9										7.10									
2										2										1										1										2										2										2										2										2																													
7.11										7.12										7.13										7.14										7.15										7.16										7.17										7.18										7.19										7.20																			
2										2										2										2										2										2										2										2																																							
8. DETERMINACION DEL VALOR										8.1 BASE DE CALCULO										Declarado US\$										8.4 TOTAL GASTOS SEGURO										30,000																																																																					
8.1.1 Precio neto según Factura.										1 001,400										8.5 DEDUCCIONES IMPORTE INCLUIDOS EN 8.1.1										Declarado US\$																																																																															
8.1.2 Pagos Indirectos.																				8.5.1 Gastos de entrega posteriores a la importación																																																																																									
8.1.3 Descuentos Retroactivos.																				8.5.2 Gastos de construcción, armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica realizados después de la importación																																																																																									
8.1.4 Otros Descuentos.																				8.5.3 Derechos de Aduana y otros tributos																																																																																									
8.1.5 Gastos de Transporte, manipulación y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque.																				8.5.4 Intereses																																																																																									
8.1.6 Otros																				8.5.5 Otros gastos																																																																																									
TOTAL BASE DE CALCULO										1 001,400										TOTAL DEDUCCIONES																																																																																									
8.2 ADICIONES																				DECLARO																																																																																									
8.2.1 Comisiones, Corretaje, excepto las comisiones de compra.																				Al tener esta Declaración me comprometo en cuanto a la exactitud y la integridad de la información suministrada en el presente formulario, en cualquiera de sus hojas suplementarias que se acompañan y a la autenticidad de todos los documentos presentados en su apoyo. También me responsabilizo de suministrar información o la documentación adicional y necesaria para establecer el valor en aduana de las mercancías.																																																																																									
8.2.2 Envases y Embalajes.																				Nombre de Declarante										HANS NIEDERDMANN																																																																															
8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas.																				Cargo										DIRECTOR GERENTE																																																																															
8.2.3.1 Materiales, componentes, piezas, partes, elementos y artículos análogos incorporados a las mercancías importadas.																				Tipo de Documento										7																																																																															
8.2.3.2 Herramientas, matrices, moldes y objetos similares utilizados para la producción de las mercancías importadas.																				Documento de Identificación										84140																																																																															
8.2.3.3 Materiales consumidos en la producción de las mercancías importadas.																				Firma										FAMETAL S.A.																																																																															
8.2.3.4 Trabajos de ingeniería, de desarrollo, creación y perfeccionamiento, trabajos artísticos, diseños, planos, y croquis realizados fuera del Perú y necesarios para la producción de las mercancías importadas.																																																																																																													
8.2.4 Cánones y derechos de licencia.																																																																																																													
8.2.5 Cualquier parte del producto de la reventa, cesión o utilización posterior directa o indirecta que reventa al vendedor.																																																																																																													
TOTAL ADICIONES																																																																																																													
8.3 GASTOS DE TRANSPORTE																																																																																																													
8.3.1 Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación.										66,950																																																																																																			
8.3.2 Gastos de carga, descarga, manipulación en destino y otros gastos de entrega hasta el lugar de importación.																																																																																																													
TOTAL GASTOS DE TRANSPORTE										66,950																																																																																																			



## Anexo 9: Declaración Única de Aduana (Formato C), 2003.

PANALPINA			DECLARACION UNICA DE ADUANAS (C)			2 REGISTRO DE ADUANA	
ADUANAS DEL CALLAO			Referencia: 100107				
N° ORDEN: 2003/411927		Designación: 10	Modalidad:	Tipo Despacho: 00	N° Orden de Embarque:	N° 2003-10-016505-01-0-00	
1. IDENTIFICACION						Fecha Numeración: 05-03-2003	
1.1 Importador: FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAMELAL						Sujeto a: C. VERDE	
1.2 Código y Documento de Identificación Importador: 20100302005			1.3 Almacén Aduanero: SERVICIOS LITORAL PACIFICO				
9. VALOR ADUANA: 1 001,400		3.1 FOB		3.2 Flete: 66,950			
3.3 Seguro: 30,000		3.4 Ajuste Valor: 0		3.5 Valor Aduana: 1 098,350			
4. LIQUIDACION ADEUDO				5. FORMA DE PAGO			
CONCEPTO	AGENTE	CANTIDAD A PAGAR US\$					
4.1 Ad/Valorem	77	77		1 Cheque			
4.2 Sobretasa A/V	55	55		2 Efectivo			
4.3 Derecho Especifico	0	0		3 Doc. Valorado			
4.4 Imp. Selectivo al consumo	0	0		4 Pago Electrónico			
4.5 Imp. Promoción Municipal	25	25					
4.6 Imp. General a las Ventas	197	197		6. DECLARANTE			
4.7 Derechos Antidumping	0	0		6.1 Nombre Razón Social: PANALPINA ADUANAS S.A.			
4.8 Servicio Despacho	0	0		Código: 9344			
4.9 Interés Compensatorio	0	0		6.2 Fecha: 05/03/2003			
4.10							
4.11							
4.12							
4.13 Total	354	354		 Rodolfo Mesías Mondozza Representante Legal Libro 01, F. 54, Reg. 1999			
7. PARA SER LLENADO POR ADUANAS (FIANZAS)				8. PARA SER LLENADO POR BANCO / CAJA			
ULTIMO DIA DE PAGO : 10-03-2003				 REPRESANTANTE FINANCIERO CAJA 5 TOTAL CUOTA : 1,251.00 TOTAL PAGO : 1,251.00 TOTAL DE PAGO : 1,251.00 TIPO DE PAGO : SIMPLE BANCO DESTINO : 000 DE Crédito Perú 000 MON DE CREDITO : 0.000159 TNA : 076 RF : 10094 1700 FEDER: 05042003 H065: 15:24:12			

## Anexo 10: Declaración Andina del Valor en Aduana, 2003.

PANALPINA		DECLARACION ANDINA DEL VALOR EN ADUANA	
Aduanas		Nº Preimpreso Formulario PAE-2003-10-016505-01-0-00	
I. Datos Generales			
1. Hojas Adicionales: 1 de		2. Número de Formulario	
ADUANA		3. Aduana	
4. Nº		5. Fecha	
6. Nombre o Razón social		7. Nº de Identificación Tributaria u otro Documento	
8. Nivel Comercial		9. País de Procedencia	
10. Nombre o Razón social		11. Domicilio	
12. Ciudad		13. País	
14. Teléfono		15. Fax	
16. Condición		17. Fabricante	
18. Condición de entrega: INCOTERMS		19. País de Procedencia	
20. Nº		21. Fecha	
22. Nº		23. Fecha	
24. Nº		25. Fecha	
26. Moneda		27. Tipo de Cambio	
28. Fecha		29. Naturaleza de Transacción	
30. Forma de Envío		31. Un Envío	
II. Descripción de la Mercancía			
32. Subpartida NANDINA		33. Nombre Comercial	
34. Características, Tipos, Clase, Variedad		35. País de Origen	
36. Marca Comercial		37. Modelo	
38. Año		39. Estado Mercancía	
40. Cantidad		41. Unidad Estándar	
42. Precio FOB Unitario (USD)		43. Precio FOB Unitario (USD)	
III. Intermediario entre el Importador y Proveedor			
(Marque: 1 en caso Afirmativo 2 en caso Negativo)			
44. ¿La transacción comercial fue realizada con participación de algún intermediario denominado también agente, comisionista, u otro? En caso afirmativo, precisar:			
45. Nombre o Razón Social:			
46. Domicilio:			
47. Ciudad:			
48. País:			
49. Tipo de Intermediario:			
IV. Condiciones de Transacción			
50. ¿Existe vinculación entre el importador y el proveedor?			
51. ¿Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías importadas?			
52. ¿Se aproxima mucho el valor de transacción de las mercancías importadas a algún valor de los mencionados en el artículo 1.2 b) del Acuerdo del Valor de GATT?			
V. Determinación del Valor			
53. Tipo de Cambio			
54. Factura: distinta a USD			
55. U.S. \$			
56. Nacional			
57. Precio Neto según Factura			
58. Pagos indirectos, descuentos retroactivos u otros			
59. Total A			
60. ADICIONES: Importes NO INCLUIDOS EN A y a cargo del importador			
61. Comisiones, corretajes, excepto las comisiones de compra			
62. Envases y embalajes			
63. Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido, y utilizados en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas			
64. Cánones y derechos de licencia (regalías)			
65. Cualquier parte del producto de la reventa, cesión o utilización posterior, que reverta al vendedor de manera directa o indirecta			
66. Gastos de entrega hasta el lugar de importación			
67. Gastos de transporte por manejo y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque			
68. Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación			
69. Gastos de carga, descarga, y manipulación			
70. Seguro			
71. Total B			
72. DEDUCCIONES: Importes INCLUIDOS EN A			
73. Gastos de entrega posteriores a la importación			
74. Gastos de construcción armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica, realizados después de la importación			
75. Derechos de aduanas y otros impuestos			
76. Intereses			
77. Otros gastos			
78. Total C			
79. VALORES DE TRANSACCION DECLARADOS (A+B-C)			
80. ¿Algunos de los importes declarados en la casilla 65 y 66 tiene carácter estimado o provisional? (Marque: 1 en caso Afirmativo 2 en caso Negativo)			
81. DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACION AGU CONSIGNADA ES CORRECTA Y AJUSTADA A LAS DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES			
Nombre del declarante:		Cargo	
Fecha		Firma	
HANS NIEDERDMANN		DIRECTOR GERENTE	
05-03-2003		FAMETAL S.A.	
ORIGINAL: AGENTE DE ADUANA / ADUANA DE DESPACHO			

## Anexo 11: Documento de transporte , 2003.

Shipper's Name and Address <b>GREENLEE TEXTRON INC. 1455 BOEING DRIVE ROCKFORD, IL 61109 815-3977070</b>		Shipper's Account Number		NOL (Signature) <b>AIR WAYBILL</b>	
Consignee's Name and Address <b>FAMETAL S.A. PROLONG, ANTONIO BAZO 1524 ZONA 13, LIMA (LA VICTORIA) PERU</b>		Consignee's Account Number		Issued by Copies 1, 2, and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity	
Issuing Carrier's Agent Name and City <b>PANALPINA INC. 800 ARTHUR AVENUE ELK GROVE VILLAGE, IL 60007</b>		Agent's IATA Code <b>15-6-3472/0023</b>		Account No. <b>85261</b>	
Airport of Departure (Addr. of first Carrier) and requested Routing <b>ORD CHICAGO O'HARE INTL. IL, USA</b>		Currency <b>USD</b>		Declared Value for Carriage <b>NVD</b>	
to By first Carrier Routing and Destination <b>IM D4</b>		to by to by <b>USD 100 100 100</b>		Declared Value for Customs <b>NVD</b>	
Airport of Destination <b>LMA PERU</b>		Flight/Date <b>04263/28</b>		Amount of Insurance <b>NIL</b>	
Handling Information <b>LOT# 367428</b>		*** KNOWN SHIPPER ***		INVOICES ATTACHED <b>FAMETAL S.A.</b>	
No. of Pieces RCP	Gross Weight	kg	Rate Class	Chargeable Weight	Rate
1	51.38	N		51.5	1.30
(1 X) 27 X 27 X 10 (N)					
Total			66.95		
Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)			HYD BNDR W/O PUMP		
THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED			NDR SEC 30.35H		
Prepaid			Weight Charge		
Collect			Other Charges		
Valuation Charge			HANDLING 35.00		
Tax			FUEL 10.00		
Total other Charges Due Agent			FAA SECURITY 10.00		
Total other Charges Due Carrier			55.00		
Total prepaid			Total collect		
121.95			25 FEB 03 CHICAGO		
Currency Conversion Rates			cc charges in Dest. Currency		
For Carrier Use only at Destination			Charges at Destination		
Total collect Charges			Signature of Shipper or his Agent		
E001-10/98			ORIGINAL 2 (FOR CONSIGNEE)		

**Anexo 12: Terminales de almacenamiento para carga aerea, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Dirección Oficina	Teléfono
SHOHIN	SHOHIN S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT 3517 CALLAO	5742043 - 5741644
IMUPESA	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES S.A.	AEREA DEL CALLAO	NESTOR GAMBETTA No 5502- CALLAO	5770200 - 5770500
FRIO AEREO	FRIO AEREO ASOCIACION CIVIL	AEREA DEL CALLAO	AV. FAUCETT CUADRA 30 S/N CALLAO	5753314 - 5743532
TALMA OGDEN S. R	TALMA OGDEN S.R.L	AEREA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT CDRA. 30 S/N CALLAO	5741060 - 5741111
D. H. L	DHL INTERNATIONA L S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	LOS CASTAÑOS 225 - SAN ISIDRO	2157500 - 4405209
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETA CDRA 47 - CALLAO	5771194 - 5771188
ALDEM	ALDEM S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	AV. QUILCA MZ. A.LOTE 3 - CALLAO	5723498 -
TALMA OGDEN S R	TALMA MENZIES SRL	IQUITOS	AV. ELMER FAUCETT S/N CENTRO AEREO COMERCIAL ,CAL	5741060 - 5741111

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTO



**Anexo 13: Terminales de almacenamiento para carga marítima, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
ENAPU-CHIMBOTE	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS-CHIMBOTE	CHIMBOTE	CALLE PROLONGACION MALECON S/N	299210 - 299310
DEPOSITOS S.A.	DEPOSITOS S.A.	ILO	AV.GASPAR HERNANDEZ Nº 700 CDRA.12 AV.ARGENTINA	3301004 - 3301005
ENAPU - ILO	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS - ILO	ILO	CALLE ZEPITA S/N	299210 - 299310
SERCENCO S.A.	SERCENCO S.A.	ILO	LOS ANGELES 340 LIMA 18 SURQUILLO	4221690 - 4224221
SOUTHERN PERU L	SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION, SUCURSAL DEL PERU	ILO	AV.CAMINOS DEL INCA 171 CHACAR. DEL ESTANQUE LIMA	4386565 - 4496321
ALMUSA	ALMACENES MUNDO S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. ARGENTINA Nº 2172 CALLAO	4206980 - 4295350
NEPTUNIA	NEPTUNIA S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. ARGENTINA Nº 2085 - CALLAO	4292065 - 4652521
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV.NESTOR GAMBETA CDRA 47 - CALLAO	5771194 - 5771188
ENAPU	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS. ENTIDAD PORTUARIA	MARITIMA DEL CALLAO	EDIF.ADMIN.3ER PISO/ T.M.C	299210 - 299310
ENAPU - CALLAO	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	EDIF. ADMINISTR. 3º PISO / T.M.C.	4299210 - 4299310
IMUPESA	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA NO 5502-CALLAO	5770500 - 5770200
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA Nº 983	4295122 - 4654484
MAERSK PERU S.A	MAERSK PERU S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. CANAVAL MOREYRA NO. 452 - PISO 13 SAN ISIDRO	5170050 - 5170075
TALMA OGDEN S.R	TALMA OGDEN S.R.L	MARITIMA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT CDRA. 30 S/N CALLAO	5741060 - 5741111
TRAMARSA	TRABAJOS MARITIMOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA KM 3.6	4201970 - 4656476

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
			<b>CALLAO</b>	
<b>UNIMAR</b>	<b>UNIMAR S.A.</b>	<b>MARITIMA DEL CALLAO</b>	<b>AV. ALM. MIGUEL GRAU 1406 - BELLAVISTA CALLAO</b>	<b>4653628 - 4690414</b>
<b>ALMAGRAU</b>	<b>ALMACENERA GRAU S.A.</b>	<b>MOLLENDO - MATARANI</b>	<b>AV. AREQUIPA S/N CARRETERA AREQUIPA/MATARANI</b>	<b>0532864 - 0665918</b>
<b>TERMINAL INTERN</b>	<b>TERMINAL INTERNACIONAL DEL SUR S.A.</b>	<b>MOLLENDO - MATARANI</b>	<b>CHINCHON Nº 944 3ER. PISO SAN ISIDRO</b>	<b>4299210 - 4299310</b>
<b>ENAPU-PAITA</b>	<b>EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS S.A.- PAITA</b>	<b>PAITA</b>	<b>CALLE FERROCARRIL Nº127</b>	<b>299210 - 299310</b>
<b>MAERSK PERU</b>	<b>MAERSK PERU S.A.</b>	<b>PAITA</b>	<b>AV.CARNAVAL Y MOREYRA 452 PISO 13 SAN ISIDRO</b>	<b>4423287 - 4226344</b>
<b>RANSA PAITA</b>	<b>RANSA COMERCIAL S.A.</b>	<b>PAITA</b>	<b>AV. ARGENTINA Nº 2833 CALLAO</b>	<b>4201800 - 4201844</b>
<b>ENAPU-PISCO</b>	<b>EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS - PISCO</b>	<b>PISCO</b>	<b>BAHIA PARACAS - PUNTA PEJERREY</b>	<b>299210 - 299310</b>
<b>ENAPU-SALAVERRY</b>	<b>EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS-SALAVERRY</b>	<b>SALAVERRY</b>	<b>CALLE CORDOVA S/N ZONA N° 1</b>	<b>255210 - 299310</b>

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

**Anexo 14: Agentes aduaneros autorizados, 2003.**

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>78</u>	Yauricocha S.A. Agencia de Aduana	Aerea del Callao
<u>393</u>	American Food S.A.	Aerea del Callao
<u>492</u>	Asociación Anawin	Aerea del Callao
<u>528</u>	Agentes Tecnificados Aduaneros S.A.C	Aerea del Callao
<u>3147</u>	San Remo Operador Logístico S.A.C.	Aerea del Callao
<u>3156</u>	Aduanas y Comercio S.A.C. Agentes de Aduana	Aerea del Callao
<u>3165</u>	Agencia Afianzada de Aduana J. K.M. S.A .C.	Aerea del Callao
<u>3174</u>	GEP S.A. Agencia de Aduana	Aerea del Callao
<u>3183</u>	A & G Agentes de Aduanas SAC	Aerea del Callao
<u>3192</u>	New Customs S.A.C.	Aerea del Callao
<u>3200</u>	Consorcio Aduanero Torres S.A.C.	Aerea del Callao
<u>5933</u>	Mercurio Servicios Aduaneros S.R.L.	Aerea del Callao
<u>8318</u>	Yuganskneftegas S.A.	Aerea del Callao
<u>212</u>	Asociación Misionera Peruano Coreano	Arequipa
<u>258</u>	Daniel Alvarado Agente de Aduana S.A.	Arequipa
<u>294</u>	Scharff Agentes Afianzados de Aduana S.A.	Arequipa
<u>573</u>	Zavala Hermanos Agentes de Aduana S.A.	Arequipa
<u>3359</u>	Ministerio de Agricultura y Reparticiones	Arequipa
<u>3809</u>	Univ. Nac. San Agustín M.E.	Arequipa
<u>4079</u>	Instituto Geofísico del Perú M.E.M.	Arequipa
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	Arequipa
<u>5924</u>	Agencia de Aduana Interamericana S.A.	Arequipa
<u>8435</u>	Misión Luterana de Noruega	Arequipa
<u>14</u>	DHL Aduanas S.A.C.	Cusco
<u>3458</u>	Programa Nacional de Asistencia Alimentaria - PRONAA	Cusco
<u>3809</u>	Univ. Nac. San Agustín M.E.	Cusco
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	Cusco
<u>5375</u>	Seguro Social de Salud	Cusco
<u>7076</u>	Empresa Pública Municipal SEDAQOSQO	Cusco
<u>7661</u>	Buena Vista S.A.C. Agencia de Aduana	Cusco

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CUSCO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	CHICLAYO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	CHICLAYO
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	CHICLAYO
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	CHICLAYO
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	CHICLAYO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CHICLAYO
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	CHIMBOTE
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	CHIMBOTE
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	CHIMBOTE
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	CHIMBOTE
<u>442</u>	MANDATARIOS ADUANEROS S.A.	CHIMBOTE
<u>1270</u>	C&C DESPACHOS S.A.C. AGENTE DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	CHIMBOTE
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	CHIMBOTE
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	CHIMBOTE
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPIYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	CHIMBOTE
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	CHIMBOTE
<u>4321</u>	EMP.SIDERURGICA DEL PERU MICTI	CHIMBOTE
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	CHIMBOTE
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	CHIMBOTE
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	CHIMBOTE
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	CHIMBOTE
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	CHIMBOTE
<u>6437</u>	ADUANERA CAPRICORNIO S.A. AGENTES DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>6482</u>	AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA	CHIMBOTE
<u>6608</u>	PRODUCTOS PESQUEROS PERUANOS S.A.	CHIMBOTE
<u>6626</u>	ALIMENTOS AMERICANOS S.A.	CHIMBOTE
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	CHIMBOTE



Código	Nombre	Jurisdicción
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	CHIMBOTE
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CHIMBOTE
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>573</u>	ZAVALA HERMANOS AGENTES DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	DESAGUADERO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	DESAGUADERO
<u>5924</u>	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A.	DESAGUADERO
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	DESAGUADERO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	DESAGUADERO
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>7634</u>	SERVICIOS ADUANEROS ANDINA INTERNACIONAL S.R.L.	DESAGUADERO
<u>8318</u>	YUGANSKNEFTEGAS S.A.	DESAGUADERO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	ETEN
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	HUACHO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	HUACHO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	HUACHO
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	ILO
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	ILO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	ILO
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	ILO
<u>2134</u>	IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA DEL PERU	ILO
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	ILO
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	ILO
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	ILO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	ILO
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	ILO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	ILO
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	ILO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	ILO
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	ILO

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	ILO
<u>7337</u>	DESPACHADORES DE ADUANA MATARANI S.A.	ILO
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	ILO
<u>7779</u>	GESTIONES ADUANERAS TACNA SOCIEDAD ANONIMA - GATSA	ILO
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	ILO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	ILO
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	IQUITOS
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	IQUITOS
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	IQUITOS
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	IQUITOS
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	IQUITOS
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	IQUITOS
<u>4817</u>	DIREC. DE ABASTECIMIENTO - MINIS. DE MARINA	IQUITOS
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	IQUITOS
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	IQUITOS
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	IQUITOS
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	IQUITOS
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	IQUITOS
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	IQUITOS
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	IQUITOS
<u>7805</u>	MIGUEL VASQUEZ RUIZ S.A.C. AGENTES DE ADUANA	IQUITOS
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	IQUITOS
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	IQUITOS
<u>7896</u>	RAFAEL EDUARDO GARCIA SILVA	IQUITOS
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	IQUITOS
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	LA TINA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LA TINA
<u>9605</u>	LITORAL PACIFICO S.A.	LA TINA
<u>14</u>	DHL ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>23</u>	CONSEJO DE UNIFICACION INDIGENA DE LA SELVA CENTRAL	LIMA METROPOLITANA
<u>32</u>	DANZAS AEI ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>41</u>	MEDICOS SIN FRONTERAS - FRANCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>55</u>	REAL COMPAYIA DE SERVICIOS AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>78</u>	Yauricocha S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>82</u>	AGENCIA PORTUARIA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>113</u>	ASOCIACION VIDA PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>127</u>	ALBERTO E. SMITH S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>145</u>	ESTRADA A. E HIJOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>159</u>	MILLENNIUM AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>168</u>	DISALTEX S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>177</u>	CORPORACION INTERANDINA S.A. DESPACHADORES ADUANEROS	LIMA METROPOLITANA
<u>186</u>	FUNDACION POR LOS NIÑOS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>190</u>	GARCIA PERSICO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	LIMA METROPOLITANA
<u>230</u>	ASOCIACION PERUANO MUJER Y FAMILIA	LIMA METROPOLITANA
<u>235</u>	AUGUSTO BEDOYA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>249</u>	ADUAPERSA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>267</u>	MENDIETA & LEYVA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>280</u>	CARLOS BELLO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>302</u>	CORPORACION PACIFIC. S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>307</u>	CARLOS NUÑEZ JENKINS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>311</u>	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>320</u>	PRELATURA DE HUARI	LIMA METROPOLITANA
<u>334</u>	PEDRO DONGO SORIA S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>357</u>	ASUNTOS ADUANEROS TRAMEXIM S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>366</u>	SALAZAR MARSANO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>375</u>	AQUARIUM LIMA E.I.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>393</u>	AMERICAN FOOD S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>424</u>	PEDRO A. ARANIBAR ORTIZ	LIMA METROPOLITANA
<u>438</u>	SAITO S.A. AGENCIA DE ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>442</u>	MANDATARIOS ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>456</u>	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUENTE PIEDRA	LIMA METROPOLITANA
<u>465</u>	AGENCIA PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL - USAID	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>474</u>	ASOCIACION PERUANA CONVIVENCIA Y ESPERANZA AZUL	LIMA METROPOLITANA
<u>497</u>	JUAN E. MADICO M. AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>519</u>	EJERCITO DE SALVACION - FILIAL	LIMA METROPOLITANA
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>537</u>	MR&L AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>546</u>	CLI ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>555</u>	ARTEAGA AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA METROPOLITANA
<u>564</u>	LOGISTIC PARTNERS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>582</u>	CENTRO DE PROMOCION SOCIAL DE LA IGLESIA - PROSOI	LIMA METROPOLITANA
<u>604</u>	DESPACHOS INTERCONTINENTALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>631</u>	LUIS F. BATTIFORA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>659</u>	INTERAMERICAN SERVICE CO. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>686</u>	J. CHENEFFUSSE S.A. AG.DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>703</u>	CONGREGACIONES DE LOS PADRES OBLATOS DE SAN JOSE DE ASTI	LIMA METROPOLITANA
<u>712</u>	JORGE OTINIANO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>785</u>	JOSE SILVA FERNANDEZ S.C.R.LTDA	LIMA METROPOLITANA
<u>857</u>	INTERADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>901</u>	AGENTES Y ASESORES INTEGRALES EN ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>956</u>	AG. DE AD. JESUS GUTIERREZ TORREBLANCA S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>983</u>	AGENCIA DE ADUANA VICMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>992</u>	MIASA INTEGRACION ADUANERA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1009</u>	ABEL ULLOA SANCHEZ S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>1018</u>	JORGE RIVVA LOPEZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1027</u>	MONTEVERDE ADUANERA COMERCIAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1063</u>	AGENCIA DE ADUANA TRANSCONTINENTAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1072</u>	OMEGA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1135</u>	SERVICIOS EN ADUANAS S.C.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>1153</u>	NAVARRO HERMANOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1180</u>	PASSALACQUA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1207</u>	AGENCIAS UNIDAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1225</u>	UNIVERSAL ADUANERA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1252</u>	RODOLFO PARRA SOTO AG. AF. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>1270</u>	C&C DESPACHOS S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1351</u>	JOSE V. MOLFINO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>1469</u>	LUIS BETETA S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>1487</u>	LAVALLE SUITO DESPACHADORES AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1513</u>	ALFONSO SEBASTIANI S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1540</u>	INVERSIONES ADUANERAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1603</u>	LORET DE MOLA S.A. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1612</u>	HECTOR GONZALES SANDI AG. AF. DE AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1630</u>	IGLESIA EVANGELICA JESUS TE LLAMA	LIMA METROPOLITANA
<u>1676</u>	HUGO IGNACIO GADEA VILLAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1711</u>	GRUPO ADUANERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1720</u>	BENJAMIN ZEVALLOS-ORTIZ DRAGO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1757</u>	FERNANDO GUTIERREZ T.E HIJOS S.R.L	LIMA METROPOLITANA
<u>1784</u>	CORPORACION LOGISTICA LAS AMERICAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1810</u>	GAMA ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1856</u>	R & R S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1874</u>	NEW WORLD ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1892</u>	FAZIO ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1900</u>	AGENCIA DE ADUANA RABANAL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1937</u>	JAIME RAMIREZ MC CUBBIN S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>1946</u>	JULIO ABAD S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1973</u>	OPERACIONES Y TRAMITES ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2017</u>	MIRAFLORES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>2125</u>	NAVASA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2134</u>	IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2206</u>	AGLOPER S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2224</u>	SAVAR AGENTES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2242</u>	DESPACHOS SANDEX S. A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2288</u>	ENLACE	LIMA METROPOLITANA
<u>2332</u>	IMEX S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2350</u>	CATERIANO JOSE S.C.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>2378</u>	ADUATEC S.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>2404</u>	DESPACHOS ADUANALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2413</u>	R. MUELLE S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2440</u>	CONSEJO NACIONAL DE INTELIGENCIA	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>2486</u>	D' ALFONSO DE ZOPPI GIOVANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2512</u>	AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2549</u>	MUNDO ADUANERO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2567</u>	COMUNIDAD CRISTIANA "CRISTO VIVE"	LIMA METROPOLITANA
<u>2576</u>	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2585</u>	BUSTAMANTE RODOLFO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2684</u>	ADUANDINA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2701</u>	ISLAY S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2738</u>	GUZMAN DE CASTILLO ALICIA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2819</u>	GEMINIS ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2828</u>	JOSE ALFONSO SILVA LOPEZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2864</u>	SANTA MAGDALENA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2918</u>	JOSE GARCIA DIAZ	LIMA METROPOLITANA
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPIYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2945</u>	LIMA SERVICIOS ADUANEROS S.A. ( SALIMA S.A.)	LIMA METROPOLITANA
<u>2959</u>	HANDELZOLL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2972</u>	RAMSEY S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2977</u>	QUELOPANA & CABALLERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2981</u>	AEROADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2995</u>	SEACER S.R.L. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3011</u>	AGENCIA DE ADUANA VENECIA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3020</u>	SOCIOS EN SALUD-SUCURSAL EN PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>3039</u>	AGENTES CORPORATIVOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3048</u>	IGLESIA PRESBITERIANA DE JESUCRISTO EN EL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>3057</u>	M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3066</u>	MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS	LIMA METROPOLITANA
<u>3075</u>	KN PERU ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3084</u>	Q.MAR S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3093</u>	BROKERS ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3110</u>	EFRINSA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3115</u>	CONTRALORIA GENERAL DE LA REP.	LIMA METROPOLITANA
<u>3129</u>	MINISTERIO INTERNACIONAL DE DESARROLLO	LIMA METROPOLITANA
<u>3138</u>	A.J. AGENTES DE ADUANAS S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>3147</u>	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3156</u>	ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>3165</u>	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3174</u>	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3183</u>	A & G AGENTES DE ADUANAS SAC	LIMA METROPOLITANA
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	LIMA METROPOLITANA
<u>3232</u>	SOCIEDAD VALDERRAMA S.A.C. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3359</u>	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y REPARTICIONES	LIMA METROPOLITANA
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	LIMA METROPOLITANA
<u>3476</u>	C.D.D.C.TECNICOS ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3494</u>	GUILLERMO MAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3511</u>	BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU - M.E.F.	LIMA METROPOLITANA
<u>3539</u>	DIR.GRAL. ADM Y ABASTECIMIENTO M.E.F.	LIMA METROPOLITANA
<u>3548</u>	SUPERINTENDENCIA NACIONAL ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>3638</u>	JUAN URBANO ALANIA ARIAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3656</u>	CORPORACION LA NOIRE S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3665</u>	SCANADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	LIMA METROPOLITANA
<u>3737</u>	MINISTERIO DE EDUCACION - OF. GRAL DE ADM.	LIMA METROPOLITANA
<u>3782</u>	UNIV.PERUANA CAYETANO HEREDIA M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3827</u>	UNIV. NAC. AGRARIA LA MOLINA M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3836</u>	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	LIMA METROPOLITANA
<u>3854</u>	UNIV. NAC. DE INGENIERIA M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3953</u>	ASAMBLEA NACIONAL DE RECTORES - M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>4051</u>	ELECTRO PERU S. A. M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4079</u>	INSTITUTO GEOFISICO DEL PERU M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4088</u>	INSTITUTO PERUANO DE ENERGIA NUCLEAR - IPEN	LIMA METROPOLITANA
<u>4178</u>	CENTROMIN PERU M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4222</u>	EJERCITO PERUANO SERV.TRANSF.DEL EJERC. M.G.	LIMA METROPOLITANA
<u>4231</u>	INDUMIL-PERU MINIST. DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4295</u>	METROPOLITANA ADUANERA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4321</u>	EMP.SIDERURGICA DEL PERU MICTI	LIMA METROPOLITANA
<u>4349</u>	EMP.NAC.DEL TABACO (ENATA S.A.) M.I.T.	LIMA METROPOLITANA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>4466</u>	MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>4501</u>	MIN. INTERIOR OFIC. GRAL. DE ADMIN.	LIMA METROPOLITANA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	LIMA METROPOLITANA
<u>4556</u>	CONSEJO PROVINCIAL DE LIMA - MINIS.DEL INT.	LIMA METROPOLITANA
<u>4727</u>	INST.NAC.DE DEFENSA CIVIL- MINIS.DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4808</u>	LUMEN S.A.C AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>4817</u>	DIREC. DE ABASTECIMIENTO - MINIS. DE MARINA	LIMA METROPOLITANA
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4853</u>	TRAMITES ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>4998</u>	CENTROMAR S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>5041</u>	JOSE RUIZ GONZALES	LIMA METROPOLITANA
<u>5069</u>	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO PESQUERO	LIMA METROPOLITANA
<u>5078</u>	PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5087</u>	EDUARDO AGUIRRE FORTUNIC	LIMA METROPOLITANA
<u>5140</u>	MINISTERIO DE SALUD DIREC.GRAL.DE ADM.SEDE CENTRAL	LIMA METROPOLITANA
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>5249</u>	J.A. INTERNATIONAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5285</u>	DESPACHADORA QUIROZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5311</u>	ORGANIZACION PERUANA PARA LA PREVENCIÓN DE LA CEGUERA	LIMA METROPOLITANA
<u>5339</u>	WESTFALIA KINDERDORF	LIMA METROPOLITANA
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	LIMA METROPOLITANA
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	LIMA METROPOLITANA
<u>5401</u>	ARZOBISPADO DE LIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>5438</u>	INCA FRUT S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5447</u>	HILADOS & PEINADOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5465</u>	OLIMPUS TRADING CO. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5500</u>	SERVICIOS MECANICOS ESPECIALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>5546</u>	DIREC.ABAST.Y SERV.AUXILIARES- M.T.C.	LIMA METROPOLITANA



Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5582</u>	CORPAC MINIST.DE TRANSPORTES	LIMA METROPOLITANA
<u>5636</u>	UNIVERSO S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>5645</u>	FISCALIA DE LA NACION	LIMA METROPOLITANA
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>5681</u>	ADUAMERICA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5690</u>	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5708</u>	DOGANA S.A. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>5744</u>	SERV.DE AGUA POTAB.Y ALC.LIMA SERV.DE AGUA POTAB.Y ALC	LIMA METROPOLITANA
<u>5780</u>	AUT.AUT.DEL PROY.ESP.SIST.ELECT.MIN.DE LA PRESIDENCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>5870</u>	EL PACIFICO AGENCIA DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>6013</u>	SENADO DE LA REPUBLICA	LIMA METROPOLITANA
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6185</u>	CALINOVA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6310</u>	W. MERCHOR S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>6356</u>	SALINAS & CASARETTO AG. ASOC. DE AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6365</u>	URPHY S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>6400</u>	TECNOLOGIA EN SERVICIOS AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6437</u>	ADUANERA CAPRICORNIO S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>6482</u>	AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>6699</u>	AGENCIA DE ADUANAS J Y N ASOCIADOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6806</u>	REFINERIA DE CAJAMARQUILLA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6815</u>	SERVICIOS AERO MARITIMOS SOCIEDAD ANONIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>6833</u>	MARIGMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	LIMA METROPOLITANA
<u>6914</u>	TRABAJOS ADUANEROS SOCIEDAD ANONIMA TRADSA	LIMA METROPOLITANA
<u>6923</u>	JOSE ANTONIO LA NOIRE URQUIZO	LIMA METROPOLITANA
<u>6932</u>	AGENCIA DE ADUANA ATLANTA S.A.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>6941</u>	IKE S.A AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>7003</u>	DESPACHADORA PISCO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7030</u>	STAR 10 SOCIEDAD ANONIMA - STAR 10 S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>7067</u>	ORBIS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>7076</u>	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL SEDAQOSQO	LIMA METROPOLITANA
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7661</u>	BUENA VISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8129</u>	LIBRERIA SAN CRISTOBAL S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>8183</u>	PRODUCTOS PAUTA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8200</u>	AGENCIA DE ADUANA OCEANO ANTARTICO S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>8237</u>	PIRAMIDE AGENCIA DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8246</u>	AGENCIA DE ADUANA SAN BORJA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8255</u>	KINTETSU ADUANAS S.A. (KWE)	LIMA METROPOLITANA
<u>8264</u>	GEDEONES INTERNACIONALES DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8282</u>	OBISPADO DEL CALLAO	LIMA METROPOLITANA
<u>8336</u>	ARZOBISPADO DEL CUSCO	LIMA METROPOLITANA
<u>8345</u>	PROVINCIA FRANCISCANA DE LOS DOCE APOSTOLES	LIMA METROPOLITANA
<u>8354</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUTERVO	LIMA METROPOLITANA
<u>8363</u>	INSTITUTO GEOLOGICO MINERO Y METALURGICO INGEMMET	LIMA METROPOLITANA
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	LIMA METROPOLITANA
<u>8435</u>	MISION LUTERANA DE NORUEGA	LIMA METROPOLITANA
<u>8444</u>	AGENCIA DE ADUANA LAMA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8462</u>	UNIVERSIDAD NAC. JORGE BASADRE GROHMAN	LIMA METROPOLITANA
<u>8471</u>	HOGAR CLINICA SAN JUAN DE DIOS	LIMA METROPOLITANA
<u>8480</u>	MEDICOS SIN FRONTERAS/HOLANDA (PERU)	LIMA METROPOLITANA
<u>8499</u>	DENTAL HEALTH ASSISTANCE PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8516</u>	COMUNIDAD CRISTIANA CUERPO DE CRISTO	LIMA METROPOLITANA
<u>8525</u>	ASOCIACION DE MUJERES EVANGELICAS HEFZI-BA	LIMA METROPOLITANA
<u>8534</u>	ASOCIACION UNION PERUANA DE LA IGLESIA ADVENT.DE 7MO DIA	LIMA METROPOLITANA
<u>8543</u>	ASOCIACION MOVIMIENTO SIERVOS DE LOS POBRES DE 3ER MUNDO	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>8552</u>	ASOCIACION CRISTIANA EVANGELICA PARA EL DESARROLLO"ACED"	LIMA METROPOLITANA
<u>8570</u>	CASA MILI.DEL PRESID. DE LA REPUBLICA Y/O DESP.PRESID.	LIMA METROPOLITANA
<u>8589</u>	COMUNION,PROMOCION,DESARROLLO Y LIBERACION (COPRODELI)	LIMA METROPOLITANA
<u>8606</u>	P.A.I.S. PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	LIMA METROPOLITANA
<u>8633</u>	FUNDACION CUNA NAZARETH	LIMA METROPOLITANA
<u>8642</u>	COMITE CIVICO DE APOYO Y DESARROLLO DE PIMENTEL	LIMA METROPOLITANA
<u>8660</u>	ASOCIACION BUENAS NUEVAS	LIMA METROPOLITANA
<u>8679</u>	CENTRO VICTORIA DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8688</u>	ASOCIACION DE DIABETICOS	LIMA METROPOLITANA
<u>8697</u>	IGLESIA EVANGELICA PENTECOSTAL	LIMA METROPOLITANA
<u>8804</u>	MINISTERIOS NIYOS PARA CRISTO	LIMA METROPOLITANA
<u>9001</u>	CENT. DE PASTORAL SOC.JUAN PABLO II	LIMA METROPOLITANA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	LIMA METROPOLITANA
<u>9047</u>	CONCILIO NACIONAL EVANGELICO DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>9074</u>	INSTITUTO PERUANO DE PATERNIDAD RESPONSABLE	LIMA METROPOLITANA
<u>9083</u>	INSTITUTO DE INVESTIGACION NUTRICIONAL	LIMA METROPOLITANA
<u>9092</u>	AG. DE ADUANA PONCE S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9100</u>	CENTRO CULTURAL MISIONERO PALABRA DE VIDA	LIMA METROPOLITANA
<u>9173</u>	VICARIATO APOSTOLICO SAN FRANCISCO JAVIER	LIMA METROPOLITANA
<u>9209</u>	CONGREGACION DE MISIONEROS DEL SAGRADO CORAZON DE JESUS	LIMA METROPOLITANA
<u>9245</u>	DESPACHOS ADUANEROS UNIVERSO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9344</u>	PANALPINA ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9353</u>	NORCAM S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9371</u>	ASOCIACION DE LA CRUZ ROJA	LIMA METROPOLITANA
<u>9407</u>	ASOCIACION MISION CRISTIANA CAMINO DE VIDA	LIMA METROPOLITANA
<u>9416</u>	CIENCIA INTERNACIONAL	LIMA METROPOLITANA
<u>9597</u>	ASOCIACION BENEFICA REMAR REHABILITACION DE MARGINADOS	LIMA METROPOLITANA
<u>9605</u>	LITORAL PACIFICO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9696</u>	ALFA AGENCIA DE ADUANA S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>9704</u>	UNIVERSIDAD PERUANA UNION	LIMA METROPOLITANA
<u>9740</u>	ESMES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9803</u>	CASOR ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>9812</u>	POST MAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9830</u>	CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>9911</u>	FRANCISCO PICCO VIEIRA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9948</u>	SERVICIOS INTERNACIONALES ZETA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9993</u>	EMBAJADA / DIPLOMATICO	LIMA METROPOLITANA
<u>78</u>	Yauricocha S.A. AGENCIA DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>393</u>	AMERICAN FOOD S.A.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>492</u>	ASOCIACION ANAWIN	MARITIMA DEL CALLAO
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3147</u>	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3156</u>	ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3165</u>	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3174</u>	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3183</u>	A & G AGENTES DE ADUANAS SAC	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>14</u>	DHL ADUANAS S.A.C.	MOLLENDON - MATARANI
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	MOLLENDON - MATARANI
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>96</u>	J.J & D, AGENTES DE ADUANA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	MOLLENDON - MATARANI
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	MOLLENDON - MATARANI
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	MOLLENDON - MATARANI
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	MOLLENDON - MATARANI
<u>3638</u>	JUAN URBANO ALANIA ARIAS S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	MOLLENDON - MATARANI
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	MOLLENDON - MATARANI
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	MOLLENDON - MATARANI
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	MOLLENDON - MATARANI

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	MOLLEND - MATARANI
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	MOLLEND - MATARANI
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	MOLLEND - MATARANI
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	MOLLEND - MATARANI
<u>6833</u>	MARIGMAR S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	MOLLEND - MATARANI
<u>7076</u>	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL SEDAQOSQO	MOLLEND - MATARANI
<u>7229</u>	ENRIQUE AMPUERO S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>7283</u>	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	MOLLEND - MATARANI
<u>7337</u>	DESPACHADORES DE ADUANA MATARANI S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	MOLLEND - MATARANI
<u>8435</u>	MISION LUTERANA DE NORUEGA	MOLLEND - MATARANI
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	MOLLEND - MATARANI
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	MOLLEND - MATARANI
<u>9830</u>	CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	MOLLEND - MATARANI
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PACASMAYO
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	PAITA
<u>357</u>	ASUNTOS ADUANEROS TRAMEXIM S.A.	PAITA
<u>659</u>	INTERAMERICAN SERVICE CO. S.A.	PAITA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	PAITA
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	PAITA
<u>2017</u>	MIRAFLORES S.A.	PAITA
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	PAITA
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	PAITA
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	PAITA
<u>2576</u>	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PAITA
<u>2819</u>	GEMINIS ADUANAS S.A	PAITA
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	PAITA
<u>3057</u>	M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.	PAITA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	PAITA
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	PAITA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	PAITA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PAITA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	PAITA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PAITA
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	PAITA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	PAITA
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	PAITA
<u>5690</u>	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	PAITA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	PAITA
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	PAITA
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	PAITA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	PAITA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PAITA
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	PAITA
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	PAITA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PAITA
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	PAITA
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	PAITA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PAITA
<u>9830</u>	CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	PAITA
<u>14</u>	DHL ADUANAS S.A.C.	PISCO
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	PISCO
<u>546</u>	CLI ADUANAS S.A.	PISCO
<u>555</u>	ARTEAGA AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	PISCO
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	PISCO
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	PISCO
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	PISCO
<u>3057</u>	M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.	PISCO
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	PISCO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PISCO
<u>4998</u>	CENTROMAR S.A. AG. DE AD.	PISCO
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	PISCO
<u>5690</u>	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	PISCO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	PISCO

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	PISCO
<u>6482</u>	AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA	PISCO
<u>6806</u>	REFINERIA DE CAJAMARQUILLA S.A.	PISCO
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	PISCO
<u>7003</u>	DESPACHADORA PISCO S.A.	PISCO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PISCO
<u>9812</u>	POST MAR S.A.	PISCO
<u>492</u>	ASOCIACION ANAWIN	POSTAL DE LIMA
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	POSTAL DE LIMA
<u>3147</u>	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	POSTAL DE LIMA
<u>3156</u>	ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA	POSTAL DE LIMA
<u>3165</u>	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.	POSTAL DE LIMA
<u>3174</u>	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	POSTAL DE LIMA
<u>3183</u>	A & G AGENTES DE ADUANAS SAC	POSTAL DE LIMA
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	POSTAL DE LIMA
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	POSTAL DE LIMA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	POSTAL DE LIMA
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	POSTAL DE LIMA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	PUCALLPA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	PUCALLPA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PUCALLPA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUCALLPA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	PUCALLPA
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	PUCALLPA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PUCALLPA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PUCALLPA
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	PUCALLPA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PUCALLPA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUERTO MALDONADO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUERTO MALDONADO
<u>7661</u>	BUENA VISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	PUERTO MALDONADO

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUESTO DE CONTROL DE TARAPOTO
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>573</u>	ZAVALA HERMANOS AGENTES DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>1063</u>	AGENCIA DE ADUANA TRANSCONTINENTAL S.A.	PUNO
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	PUNO
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	PUNO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PUNO
<u>4349</u>	EMP.NAC.DEL TABACO (ENATA S.A.) M.I.T.	PUNO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUNO
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	PUNO
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	PUNO
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	PUNO
<u>5924</u>	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A.	PUNO
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	PUNO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	PUNO
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>7634</u>	SERVICIOS ADUANEROS ANDINA INTERNACIONAL S.R.L.	PUNO
<u>8318</u>	YUGANSKNEFTEGAS S.A.	PUNO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PUNO
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	SALAVERRY
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	SALAVERRY
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	SALAVERRY
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE zADUANA	SALAVERRY
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	SALAVERRY
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	SALAVERRY
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	SALAVERRY
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	SALAVERRY
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	SALAVERRY
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SALAVERRY
<u>5140</u>	MINISTERIO DE SALUD DIREC.GRAL.DE ADM.SEDE CENTRAL	SALAVERRY



Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	SALAVERRY
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	SALAVERRY
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	SALAVERRY
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	SALAVERRY
<u>6545</u>	DESPACHOS ADUANEROS TRUJILLO S.A.	SALAVERRY
<u>6554</u>	SERVICIOS ADUANEROS SALAVERRY S.A.	SALAVERRY
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	SALAVERRY
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	SALAVERRY
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	SALAVERRY
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	SALAVERRY
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SAN JUAN
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	SEDE CENTRAL
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	SEDE CENTRAL
<u>9344</u>	PANALPINA ADUANAS S.A.	SEDE CENTRAL
<u>FISC</u>	Registro de Control del Sist. de Fiscalizaci?n	SEDE CENTRAL
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SULLANA
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	TACNA
<u>96</u>	J.J & D, AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	TACNA
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>483</u>	MARIÑO HNOS. SOCIEDAD ANONIMA AGENTE DE ADUANAS	TACNA
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	TACNA
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	TACNA
<u>1810</u>	GAMA ADUANAS S.A.C.	TACNA
<u>2404</u>	DESPACHOS ADUANALES S.A.	TACNA
<u>2945</u>	LIMA SERVICIOS ADUANEROS S.A. (SALIMA S.A.)	TACNA
<u>2972</u>	RAMSEY S.A. AGENTES DE ADUANA	TACNA
<u>3101</u>	THORI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	TACNA
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	TACNA
<u>3476</u>	C.D.D.C.TECNICOS ADUANEROS S.A.	TACNA
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	TACNA
<u>4051</u>	ELECTRO PERU S. A. M.E.M.	TACNA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	TACNA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TACNA
<u>5069</u>	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO PESQUERO	TACNA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	TACNA
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	TACNA
<u>5681</u>	ADUAMERICA S.A.	TACNA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	TACNA
<u>6932</u>	AGENCIA DE ADUANA ATLANTA S.A.	TACNA
<u>7283</u>	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	TACNA
<u>7689</u>	DESPACHOS ADUANEROS ARUNTA S.A. "D.A.A.S.A."	TACNA
<u>7779</u>	GESTIONES ADUANERAS TACNA SOCIEDAD ANONIMA - GATSA	TACNA
<u>8462</u>	UNIVERSIDAD NAC. JORGE BASADRE GROHMAN	TACNA
<u>8516</u>	COMUNIDAD CRISTIANA CUERPO DE CRISTO	TACNA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	TACNA
<u>9597</u>	ASOCIACION BENEFICA REMAR REHABILITACION DE MARGINADOS	TACNA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	TALARA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TALARA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	TALARA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	TARAPOTO
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	TARAPOTO
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	TARAPOTO
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	TUMBES
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	TUMBES
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	TUMBES
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	TUMBES
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TUMBES
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	TUMBES
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	TUMBES
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	TUMBES
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	TUMBES
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	TUMBES
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	TUMBES
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	TUMBES

<b>Código</b>	<b>Nombre</b>	<b>Jurisdicción</b>
<b>9605</b>	<b>LITORAL PACIFICO S.A.</b>	<b>TUMBES</b>

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

**Anexo 15: Depósitos aduaneros autorizados, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
MOLITALIA	MOLINO ITALIA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. VENEZUELA 2850 LIMA 1	3365234 5641889
UNIVERSAL MARIT	UNIVERSAL MARITIMA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. MIGUEL GRAU 1406 BELLAVISTA	4655136 4653628
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA N° 983-CALLAO	4295122 4654484
SAKJ DEPOT S.A.	SAKJ DEPOT S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	CALLE LOS HEROS 248 – BELLAVISTA - CALLAO	5621225
GLORIA S.A	GLORIA S.A.	AREQUIPA	GRAL DIEZ CANSECO 527 AREQUIPA	0212525 0218850
DEPOVENT S.A.	DEPOSITOS Y VENTAS S.A.	LIMA METROPOLITAN A	V.A. BELAUNDE N° 901 CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO	4524345 4517949
ALMAPERU	ALMACENERA DEL PERU S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA N° 1784/1846 - CALLAO	4299273 4299272
DEPOSITOS S.A.	DEPOSITOS S. A.	LIMA METROPOLITAN A	GASPAR HERNANDEZ 700 (CDRA 12 AV. ARGENTINA)	3301004 - 3301005
ALPASA	ALMACENERA PANAMERICANA S.A.	LIMA METROPOLITAN A	JR. GASPAR HERNANDEZ N°700 - LIMA	4854000 - 4851455
RANSA	RANSA COMERCIAL S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA 2833	4201800 - 4201844
CASA	COMPAÑIA ALMACENERA S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA N° 2833 CALLAO	4655220 - 4201800
ALMACONTI	ALMACENERA CONTINENTAL S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. REP. DE PANAMA N ° 3065 LOCAL 27 C. C. CONTINENTAL	5776897 - 5776906
ALPECO	ALMACENERA PERUANA DE COMERCIO S.A.	LIMA METROPOLITAN A	CALLE "A" N° 391 URB. INDUST. BOCANEGRA	5741604 - 5741532

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
			<b>CALLAO</b>	
<b>SANDOVAL</b>	<b>SANDOVAL S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. A. BERTELLO N° 551 URB. IND. BOCANEGRA CALLAO</b>	<b>4840340 - 5742278</b>
<b>EFE</b>	<b>DEPOSITOS EFE S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. INDUSTRIAL N° 508</b>	<b>4517692 - 3367070</b>
<b>ALDESA</b>	<b>ALMACENES DE DEPOSITO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. DOS DE MAYO N° 647</b>	<b>4297641 - 4297964</b>
<b>CONDESA</b>	<b>CONSORCIO DE DEPOSITOS S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. ARGENTINA 2374 CALLAO</b>	<b>4862271 - 4860011</b>
<b>ALBOSA</b>	<b>ALMACENES BOCANEGRA S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>CALLE 1 N° 383 - URB. BOCANEGRA - CALLAO</b>	<b>5742293 - 5742295</b>
<b>CONCHAN</b>	<b>DEPOSITO ADUANERO CONCHAN S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>CARR. PANAMERICANA SUR KM. 24.5 VILLA EL SALVADOR</b>	<b>670679 - 670766</b>
<b>UNITRADE</b>	<b>UNITRADE S.A.C</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. NESTOR GAMBETA N° 8651 CALLAO</b>	<b>5770038 5771151</b>
<b>LOS FRUTALES</b>	<b>LOS FRUTALES S.A. DEPOSITO DE ADUANAS</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. LOS FRUTALES N° 333 - ATE VITARTE</b>	<b>4365212 4375844</b>
<b>ALTAMAR</b>	<b>ALMACENERA ALTAMAR S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. NESTOR GAMBETA N° 356 CALLAO</b>	<b>291631 656132</b>
<b>ALMUSA</b>	<b>ALMACENES MUNDO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. VENEZUELA N° 1700-1770 LA PERLA</b>	<b>4530119 4980030</b>
<b>ALMACENES UNIVE</b>	<b>ALMACENES UNIVERSO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. TOMAS VALLE 4330 FUNDO BOCANEGRA CALLAO</b>	<b>4298848 4295996</b>
<b>MALTERIA LIMA</b>	<b>MALTERIA LIMA S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>SEVILLA N° 244 MIRAFLORES</b>	<b>2212650 4403761</b>
<b>NEPTUNIA S.A.</b>	<b>NEPTUNIA S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. ARGENTINA 2085 CALLAO</b>	<b>4292065 4292461</b>

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
IMUDES	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES DEPOSITOS S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. NESTOR GAMBETA N° 5502 CALLAO	5740274 5770278
ALMACORSA	ALMACENES CORPORATIVOS	LIMA METROPOLITAN A	AV. BOCANEGRA 395 INT. A CALLAO	5742319 5743094
ALM.TECNIADUANA	TLI ALMACENES S.A.C	LIMA METROPOLITAN A	AV. GUARDIA CHALACA 1802 ,BELLAVISTA,CALLAO	4537009
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. NESTOR GAMBETA KM. 5 CALLAO	5771188 5771194
.	LOGISTICA DEL PACIFICO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA METROPOLITAN A	AV. NICOLAS AYLLON N° 2314 URB. STA ANGELICA ATE	3267080 3267088
TRANSCONT PERU	CORP. TRANSCONTINENTAL DEL PERU S.A.C	LIMA METROPOLITAN A	CALLE UNO MZ. B LOTE 2 URB.INDUSTRIAL BOCANEGRA-CA	5747474 5747493
MOLITALIA	MOLINO ITALIA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. VENEZUELA 2850 LIMA 1	5640408 5641889
TRALSA	TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO DE LIQUIDOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA 8651 - CALLAO	5770038 5772189
UNIVERSAL MARIT	UNIVERSAL MARITIMA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. MIGUEL GRAU 1406 BELLAVISTA	4655136 4653628
VOPAK SERLIPSA	VOPAK SERLIPSA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV.NESTOR GAMBETA 1265 - CALLAO	4299030 4651345
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA N° 983-CALLAO	4295122 4654484
SAKJ DEPOT S.A.	SAKJ DEPOT S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO	CALLE LOS HEROS 248 - BELLAVISTA - CALLAO	5621225
GLORIA S.A	GLORIA S.A.	MOLLENDO - MATARANI	GRAL DIEZ CANSECO 527 AREQUIPA	0212525 0218850
TISUR S.A.	TERMINAL INTERNACIONAL DEL SUR S.A.	MOLLENDO - MATARANI	***	0557044
ALMAPERU	ALMACENERA DEL PERU S A	MOLLENDO - MATARANI	AV. ARGENTINA 1784 ZIN.	4299273 4658010

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
			CALLAO	
RANSA - PAITA	RANSA COMERCIAL S.A.- PAITA	PAITA	AV. ARGENTINA 3257 CALLAO	4611430 4611445
DEPSA	DEPOSITOS S.A.	PAITA	JR.GASPAR HERNANDEZ N° 700 - LIMA	0326100 0320972
RANSA - PISCO	RANSA COMERCIAL S.A. - PISCO	PISCO	CHINCHON 944 PISO 3 SAN ISIDRO	532106 532929
TRUJILLO	ALMACENERA TRUJILLO S.A.	SALAVERRY	PANAMERICANA NORTE KM.557- TRUJILLO	223590 223604
RANSA	RANSA COMERCIAL S.A.	SALAVERRY	CALLE CHINCHON 944 PISO 3 - SAN ISIDRO	0241661
DEPOSITOS- TACNA	DEPOSITOS S.A.	TACNA	JR. GASPAR HERNANDEZ 700	3301004 3301006

Fuente: ADUANAS

Elaboración: Grupo Consultor